

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**SOKAK LEZZETLERİ GİRİŞİMCİLERİNİN FORMAL VE  
İNFORMAL EĞİTİM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİNE  
YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA: İZMİR ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**AYKUT KAAAN EREN**

**BALIKESİR, 2020**



**T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**SOKAK LEZZETLERİ GİRİŞİMCİLERİNİN FORMAL VE  
İNFORMAL EĞİTİM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİNE  
YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA: İZMİR ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**AYKUT KAAAN EREN**

**TEZ DANIŞMANI**

**DR. ÖĞR. ÜYESİ SELDA TÜREDİ**

**BALIKESİR, 2020**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEZ ONAYI**

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201712525006 numaralı Aykut Kaan EREN' in hazırladığı **“Sokak Lezzetleri Girişimcilerinin Formal ve İnformal Eğitim Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Çalışma: İzmir Örneği”** konulu YÜKSEKLİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 29/07/2020 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Üye (Başkan)

Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY

İmza



Üye (Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Selda TÜREDİ

İmza



Üye

Dr. Öğr. Üyesi Ali SOLUNOĞLU

İmza



06.08.2020

Enstitü Onayı



## ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

06/07/2020

İmza

Aykut Kaan EREN

## ÖNSÖZ

Günümüzde değişen yaşam koşulları, insanları sokak lezzetlerine yönlendirmekte ve beslenme alışkanlıklarının büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Sokak lezzetlerinin hızlı hazırlanabilir olması, fiyatının her bütçeye uygun olması ve doyurucu gıdalar olması insanların sokak lezzetlerini tercih etmelerindeki önemli etkenlerdir. Son yıllardaki sokak lezzetlerine olan talebin artması beraberinde bazı sorunları da getirmektedir. Kullanılan ürünlerin kalitesiz olması, gıdaların saklama koşullarındaki eksiklikler, satıcıların hijyen ve gıda güvenliği konularındaki eğitim yetersizlikleri, sokak lezzetlerini tüketen toplumların sağlığını tehlikeye atacak bazı sorunlara sebep olmaktadır. Sokak lezzetleri girişimcilerinin formal ve informal eğitim düzeylerinin belirlenmesi, yanlış ve eksik uygulamalarının tespit edilmesi, bölgede sokak lezzetlerini daha güvenilir bir olgu haline getirmek için karar verici kurumlara yardımcı olacaktır. Bu eksikliklerin tespit edilmesinde bölgede faaliyetlerini sürdürmekte olan sokak lezzetleri girişimcilerinin görüşleri önem arz etmektedir. Bu çalışmada İzmir ilinde faaliyetini devam ettirmekte olan sokak lezzetleri girişimcileri ile görüşme gerçekleştirilmiş ve İzmir' in sokak lezzetleri kültürünün geliştirilmesi ve tanıtılması için yapılabilecekler ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

İlk olarak, yüksek lisans eğitimimde ve tezimin oluşturulması sürecinde desteğini her aşamada hissettiğim, şefkat ve ilgi ile bana yardımcı olan, yapıcı eleştirileri ve önerileri ile beni yönlendiren kıymetli hocam, tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Selda TÜREDİ' ye teşekkürü borç bilirim.

Lisansüstü eğitim hayatımın başlangıcından itibaren bizleri kucaklayan, değerli bilgi ve birikimlerini bizlere aktarmak için hiçbir fedakârlıktan kaçınmayan başta Sayın Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT, Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU, Doç. Dr. Ahmet KÖROĞLU' olmak üzere bütün kıymetli hocalarıma teşekkürü borç bilirim.

Lisans hayatım boyunca bizleri en iyi şekilde yetiştiren ve beni yüksek lisans eğitimine yönlendiren, eğitimci kişiliğini her zaman örnek olarak aldığım çok kıymetli hocam Sayın Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN' a teşekkürü borç bilirim.

Tez dönemimde bir abi sıcaklığı ile desteğini benden esirgemeyen, yapıcı eleştirilerde bulunan ve her türlü bilgi ve birikimini benimle paylaşan ve değerli çalışmaları ile bana yol gösteren kıymetli hocam Dr. Öğr. Üyesi Ali SOLUNOĞLU' na teşekkürü borç bilirim.

Hayatımın her anında yanımda olan, maddi ve manevi hiçbir desteğini üzerimden eksik etmemiş değerli babam Adnan EREN ve annem Nurcan EREN' e, her daim sırtımda beni destekleyen elini hissettiğim kıymetli eşim Seda EREN' e teşekkürlerimi sunarım. Beraber yüksek lisans hayatına başladığım ve desteklerini esirgemeyen baldızım Eda TAYFUR' a ve kıymetli arkadaşım Mert AYAN' a, üzerimde emeği olan kıymetli akrabalarım ve arkadaşlarıma teşekkürü borç bilirim.

**BALIKESİR, 2020**

**AYKUT KAAAN EREN**

## ÖZET

### SOKAK LEZZETLERİ GİRİŞİMCİLERİNİN FORMAL VE İNFORMAL EĞİTİM DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA: İZMİR ÖRNEĞİ

EREN, AYKUT KAAAN

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Selda TÜREDİ

2020, 84 Sayfa

Dünya genelinde her gün milyarlarca insan sokağa karışmakta ve beslenme ihtiyaçlarını sokak lezzetleri ile karşılamaktadır. Sokak lezzetlerinin kolay ulaşılabilir olması, doyurucu olması, her bütçeye uygun olması, kültürel unsurları içeriğinde barındırması ve tüketicilerde merak uyandırması sokak lezzetlerine olan talebi arttırmaktadır. Sokak lezzetlerin karşı yüksek bir talebin olması beraberinde bazı sorunları da getirmektedir. Sokak lezzetlerindeki tüketim sıklığının artması bireylerde gıda kaynaklı hastalıkların artmasına da sebebiyet vermektedir. Bunun sebebi olarak sokak lezzetleri girişimcilerinin kalitesiz malzeme kullanmaları, gıdaların saklama koşullarındaki eksiklikler, hijyen ve gıda güvenliği gibi konularda yanlış veya eksik bilgiye sahip olmaları gibi unsurlar gösterilmektedir. İnsan sağlığını önemli ölçüde etkileyebilecek olan bu tehlikeleri önlemek için sokak lezzetleri girişimcilerinin formal ve informal eğitim düzeyleri ve eğitime katılım oranlarının belirlenmesi ve girişimciler ile yerel yönetimlere önerilerde bulunulması büyük bir önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bölgedeki sokak lezzetleri girişimcilerinin yaşamış oldukları deneyimler, işletmelerinin mevcut durumu, formal ve informal eğitim düzeyleri ve düzenlenecek olan eğitimlere katılım istekleri hakkındaki görüşleri ortaya konmaktadır.

Çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanarak İzmir ilindeki sokak lezzetleri girişimcilerine uygulanmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz



yöntemi ile analiz edilmiş, tema ve kodlar oluşturulmuştur. Araştırmadan elde edilen veriler sonucunda, girişimcileri yatırıma çeken en önemli unsur, sokak lezzetlerini aile geleneği olarak görmeleri olmuştur. Elde edilen bulgulardan çıkarılan bir diğer sonuç ise, girişimcilerin yoğun çalışma saatleri sebebiyle formal eğitime yeteri kadar önem vermedikleri, informal eğitimin sokak lezzetlerinde daha etkili bir öğrenme biçimi olduğunu belirttikleri görülmektedir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda yerel yönetimlere ve potansiyel girişimcilere önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sokak lezzetleri, girişimcilik, sokak satıcısı.

## **ABSTRACT**

### **A QUALITATIVE STUDY ON THE DETERMINATION OF FORMAL AND INFORMAL EDUCATION LEVELS OF STREET FOOD ENTREPRENEURS: SAMPLE OF IZMIR**

**EREN, AYKUT KAAAN**

**Master Thesis, Department of Tourism and Hotel Management**

**Advisor: Dr. Asst. Prof. Selda TÜREDİ**

**2020, 84 Page**

Every day, billions of people are involved in the streets and meet their nutritional needs with street flavors. The fact that street flavors are easily accessible, satisfying, suitable for every budget, contain cultural elements, and arouse curiosity among consumers increase the demand for street flavors. The high demand for street flavors brings along some problems. The increase in the frequency of consumption in street flavors also causes an increase in foodborne diseases in individuals. The reason for this is the fact that street food entrepreneurs use poor quality materials, lack of storage conditions of food, hygiene, and food safety, etc. In order to prevent these dangers that can significantly affect human health, it is of great importance to determine the formal and informal education levels and participation rates of the entrepreneurs and local administrations of street food entrepreneurs. Accordingly, the opinions about the experiences of street flavors entrepreneurs in the region, the current status of their businesses, formal and informal education levels, and their desire to participate in the training to be organized are presented.

In the study, a semi-structured interview form was prepared and applied to street food entrepreneurs in İzmir. The data obtained were analyzed with descriptive analysis method, themes and codes were created. As a result of the data obtained from the research, the most important factor that attracted the entrepreneurs to the investment was that they regarded street delicacies as a

family tradition. Another conclusion from the findings is that entrepreneurs do not attach enough importance to formal education due to their busy working hours and that informal education is a more effective form of learning in street flavors. In line with the opinions of the participants, suggestions were made to local administrations and potential entrepreneurs.

**Key Words:** Street foods, entrepreneurship, street vendors.

# İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
ÖNSÖZ .....	iii
ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VII
İÇİNDEKİLER .....	IX
ÇİZELGELER LİSTESİ .....	XI
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	XIII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XIV
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1. Araştırmanın Konusu .....	2
1.2. Araştırmanın Amacı .....	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	6
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	6
1.6. Tanımlar .....	6
<b>2. İLGİLİ ALANYAZIN .....</b>	<b>7</b>
2.1. KURAMSAL ÇERÇEVE .....	7
2.1.1. Formal ve İnfomal Eğitim Kavramları .....	7
2.1.1.1. Formal Eğitim .....	7
2.1.1.2. İnfomal Eğitim.....	23
2.1.2. Sokak Lezzetleri Girişimciliği ve Sokak Lezzetlerinde Formal ve İnfomal Eğitimler.....	25
2.1.2.1. Sokak Lezzetleri Kavramı.....	25
2.1.2.1.1. Sokak Lezzetleri Kavramının Ekonomik Boyutu .....	26
2.1.2.1.2. Sokak Lezzetleri Kavramının Sağlık Boyutu.....	28
2.1.2.2. İzmir İlindeki Başlıca Sokak Lezzetleri.....	29
2.1.2.3. Girişimcilik Kavramı ve Sokak Lezzetleri Girişimciliği .....	29

2.1.2.4. Sokak Lezzetleri Girişimciliği ile İlgili Formal ve İnfomal Eğitimler.....	41
2.1.2.4.1. Sokak Lezzetleri Girişimciliği ile İlgili Formal Eğitimler....	41
2.1.2.4.2. Sokak Lezzetleri Girişimciliği İle İlgili İnfomal Eğitimler .....	42
2.2. İLGİLİ ARAşTIRMALAR.....	44
<b>3. YÖNTEM.....</b>	<b>47</b>
3.1. Araştırmanın Modeli .....	47
3.2. Evren ve Örneklem .....	48
3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri .....	49
3.4. Veri Toplama Süreci .....	49
3.5. Verilerin Analizi.....	50
<b>4. BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>	<b>55</b>
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>71</b>
5.1. Sonuç.....	71
5.2. Öneriler .....	74
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>78</b>

## ÇİZELGELER LİSTESİ

### Sayfa

<b><u>Cizelge 1:</u></b> 2003/2004 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki Okul Öncesi Eğitim Kurumları, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları .....	12
<b><u>Cizelge 2:</u></b> 2012/2013 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki İlkokul Okul/Birim, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları .....	13
<b><u>Cizelge 3:</u></b> 2012/2013 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki Ortaokul Okul/Birim, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları .....	14
<b><u>Cizelge 4:</u></b> 2010/2011 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki Genel Ortaöğretim Okul/Birim, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları .....	16
<b><u>Cizelge 5:</u></b> 2008-2018 Yılları Arasında Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Kurumlarında Öğrenim Görmüş Olan Öğrenci Sayılarında Gözlenen Değişim ..	18
<b><u>Cizelge 6:</u></b> Fakülte ve Yüksekokullardaki Eğitim Yıllarına Göre Okul/Birim Sayıları, Öğretmen Sayıları ve Öğrenci Sayıları.....	21
<b><u>Cizelge 7:</u></b> Kurum ve Kuruluşlar Tarafından Düzenlenen Yaygın Eğitim Faaliyetleri.....	23
<b><u>Cizelge 8:</u></b> Formal Eğitim İle İnfomal Eğitim Arasındaki Farklar .....	24
<b><u>Cizelge 9:</u></b> Sosyal Girişimciler ile Ticari Girişimciler Arasındaki Farklar .....	32
<b><u>Cizelge 10:</u></b> Nitel Araştırmaların İnanırcılığı İçin Kullanılan Yöntemler.....	51
<b><u>Cizelge 11:</u></b> Katılımcıların Demografik Özellikleri .....	55
<b><u>Cizelge 12:</u></b> Katılımcı Girişimcilerinin Sattığı Ürünler .....	56
<b><u>Cizelge 13:</u></b> Katılımcıları Sokak Lezzetleri Girişimciliğine İten Sebepler .....	57
<b><u>Cizelge 14:</u></b> İşin Araştırılma Süreci İle İlgili Bulgular.....	58
<b><u>Cizelge 15:</u></b> Girişimcilerin Finansman Kaynakları İle İlgili Bulgular .....	59
<b><u>Cizelge 16:</u></b> Girişimcilerin Yatırım Sürecinde Karşılaştıkları Zorluklar .....	60

<b><u>Cizelge 17:</u></b> Girişimcilerin Faaliyetlerini Sürdürdükleri Mekânlara Yönelik Bulgular.....	61
<b><u>Cizelge 18:</u></b> Girişimcilerin Faaliyetlerini Sürdürdüğü Bireylere Yönelik Bulgular .....	63
<b><u>Cizelge 19:</u></b> Ürünlerin Hazırlandığı Yer İle İlgili Bulgular .....	64
<b><u>Cizelge 20:</u></b> İşletmelere Yapılan Denetimler İle İlgili Bulgular.....	65
<b><u>Cizelge 21:</u></b> Girişimcilerin Formal ve İnfomal Eğitim Durumları ve Bu Eğitimin Sağladığı Katkılar Hakkındaki Düşüncelerine Yönelik Bulgular .....	66
<b><u>Cizelge 22:</u></b> Girişimcilerin Formal Eğitimlere Katılım Sağlama Konusundaki Görüşleri.....	68
<b><u>Cizelge 23:</u></b> Girişimcilerin Hijyen ve Gıda Güvenliğı Konularındaki Bilgi ve Tutumları.....	69

## ŞEKİLLER LİSTESİ

### Sayfa

<b><u>Sekil 1:</u></b> Türkiye Eğitim Sisteminde Örgün Eğitimin Temel Okul Yapısı.....	10
<b><u>Sekil 2:</u></b> Sokak Lezzetleri Girişimcilerinin Hizmet Verdikleri Mekânlar .....	62



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>TÜRSAB</b>	:Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
<b>WHO</b>	:Dünya Sağlık Örgütü
<b>TUİK</b>	:Türkiye İstatistik Kurumu
<b>CDC</b>	:Amerikan Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi
<b>COE</b>	:Avrupa Konseyi
<b>FAO</b>	:Gıda ve Tarım Örgütü
<b>GHP</b>	:İyi Kullanım Uygulamaları
<b>GMP</b>	:İyi Üretim Uygulamaları
<b>HACCP</b>	:Tehlike Analiz, ve Kritik Kontrol Noktası

# 1.GİRİŞ

Özellikle son dönemlerde, seyahat ve turizm algısında turistlerin bir destinasyonu ziyaret etmelerindeki temel amaçlarının yanında, o bölgenin yerel lezzetlerini de tatmak ve hatta sadece farklı yeme-içme kültürlerini deneyimlemek için turizm faaliyetinde buldukları gözlemlenir hale gelmiştir (Yüncü, 2010; Ballı, 2016; s.4). İnsanların bu farklı lezzetlere ve yeme-içme kültürüne olan ilgilerinin artması sokak lezzetleri kavramının da önemli bir araştırma konusu olmasına neden olmaktadır.

Yaşanılan coğrafyalarda var olan kültürel çeşitlilik, yeme-içme kültürünü de şekillendirmiş; sokak lezzetlerine birçok farklı lezzetin kazandırılmasına katkıda bulunmuştur. Her ülkenin kendine özgü, mevsimler ile birlikte çeşitlilik gösteren sokak lezzetleri bulunmaktadır. Türk mutfağında bulunan zeytinyağlı yemekler, hamur işleri, kebab, et ve ızgara ürünleri, deniz mahsulleri, sebze ve yabani otlar restoranlarda ve evlerde yer bulduğu kadar sokaklardaki yerini almayı da başarmıştır. Balık ekmek, simit, midye, köfte ekmek, pilav ve yabani meyve ve sebzeler bunlardan birkaçıdır.

Sokak lezzetleri, ülkeler ve insanlar için de önemli bir ekonomi unsuru oluşturmaktadır. Gıda ve Tarım Örgütü (Food and Agriculture Organization)' nün araştırmalarına göre “gelişmekte olan ülkelerdeki insanların gıda harcamalarının %25 i sokak gıdalarına bağlıdır.” Dünya genelinde her gün 2.5 milyar insan sokak yiyeceklerini tercih etmektedir. Brezilya ve Meksika gibi ülkelerde yaklaşık 1 milyon, Hindistan da ise 3 milyondan fazla insan her gün sokağa karışmakta ve gıda ihtiyaçlarını sokak satıcılarından karşılamaktadır. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) tarafından yayınlanan TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu ‘ na göre “2014 yılında Türkiye’ ye gelen 41 milyon 415 bin turistin yaptığı 34.3 milyar dolarlık harcamanın 6 milyar 523 milyon doları yeme-içmeye harcanmıştır. Bu da toplam harcamalar içerisinde yeme-içmeye %19 luk bir pay düşmesi demektir.”

Dünya genelinde tercih düzeyi bu kadar fazla olan sokak lezzetleri kavramının araştırılması hem turizm potansiyeli açısından, hem de kültürel gelişimin sağlanması ve yayılması açısından önem arz etmektedir.

## 1.1. Araştırmanın Konusu

Kavramsal ve kültürel tarihi antik dönemlere kadar uzanan sokak lezzetleri, şehirlerin modernleşmesi, uluslararası fastfood restoranlarının yaygın hale gelmesi, süpermarketlerin hazır gıda satışını artırmaları gibi faaliyetler sonucunda bir dönem önemini yitirmeye ve gözlerden uzak bir hale bürünmüştür (Franck, 2005; s.5-6). Ancak son dönemlerde, dünya genelinde yaygınlaşan yemek programları ve gezi yazılarında yemek kültürüne olan anlatımın artması; Youtube gibi sosyal platformlar üzerinden yayın yapan sokak lezzetleri temalı kanallar; sokak lezzetleri kavramının önemini ve popülaritesini yeniden canlandırmayı başarmıştır. Bu tür programlar ve yazılar sayesinde sokak yemeklerinin gelişmekte olan ülkelerde görece dar gelirli bireyler tarafından ucuz ve kolay ulaşılabilir olduğu yönündeki ifadeler (Karsavuran, 2018; s.247) geçerliliğini kaybetmeye başlamış; toplumun her kesiminden insanların merakını ve ilgisini uyandırarak talepleri üzerine çekmektedir.

Toplumun her kesiminden gelen talep ve tüketici profilinin çeşitlenmesi, tüketilen gıdanın içeriği ve kalitesi konusundaki düşünceleri ve beklentileri arttırmıştır. Bu beklentiler, araştırmacıların da ilgisini çekmiş; gıda güvenliği, gıda mikrobiyolojisi ve üreticilerin eğitimi konusunda araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Kolombiya’ da yapılan bir araştırma sonuçlarına göre; sokak lezzetlerinde faaliyet gösteren üreticilerin hijyen ve sanitasyon kurallarını bildiklerini ifade etmelerine rağmen, çalışmada yapılan gözlemler sonucunda el yıkama ve atıkların idaresinde gıda güvenliğini tehlikeye sokacak durumlar saptanmıştır (Vargas ve Munoz, 2014; Karsavuran, 2018; s249).

Da Silva vd., 2014, Brezilya’ nın Salvador şehrinde gerçekleştirdikleri araştırmada, sokak satıcılarının plajlardaki tek yiyecek kaynağı olduğunu ancak bu satıcıların gıdaları saklama ve hijyen konusunda eksikliklerinin bulunduğunu; halk sağlığı için bir tehlike arz ettiğini ortaya koymaktadır.

Geçmişten günümüze kadar devam eden sokak lezzetleri kavramının önemi gün geçtikçe artmaktadır. Tüketici tercihlerini etkileyen gıda güvenliği, hijyen ve girişimcilerin eğitimlerinin araştırılması sokak lezzetlerinin gelişimi açısından önemli bir yol gösterici olacaktır. Sokak lezzetleri girişimcilerinin formal ve informal eğitim düzeyleri araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Geçmişten günümüz tarihine kadar sosyal yaşantılar gözlemlendiğinde; evde yemek pişirmek özellikle bekâr insanlar, öğrenciler ve evsiz kalmış, sokakta yaşayan insanlar için neredeyse imkânsız olduğundan; sokakta satılan gıdalara başvurmamak bir zorunluluk haline almıştır. Geçmiş tarihlerde, içme suyunun azlığı, mutfaklardaki ocaklar için yakacak temin edilmesindeki sorunlar, taze meyve ve sebze ulaşımındaki sıkıntılar, yiyeceklerin bozulmadan depolanmasındaki zorluklar gibi engeller de; kentlerde sokakta satılan gıdalara olan talebi arttırmışlardır (Yentürk, 2018, s.27). Günümüz modern kentlerinde ise, zaruri eksikliklerden ziyade insanların yoğun çalışma ortamları ve okul hayatları, tükeceği evde yemek yapmaktansa, çözümü sokakta satılan hazır gıdalarda aramasına neden olmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)' nün küresel düzeyde gerçekleştirdiği araştırmalar sonucunda, çalışmaya dâhil edilen ülkelerin %74' ünde sokak gıdalarının kentsel hayatta gıda arzının önemli bir bölümünü oluşturduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında gelişmekte olan ülkelerde yaşayan insanların sokakta satılan gıdalara aylık %20 ila %25 arasında harcama yaptıkları görülmüştür (WHO, 1996; FAO, 2012; Solunoğlu ve Nazik, 2018; s.42). Ancak bu denli yüksek talep seviyesine ulaşmış olmasına rağmen sokak lezzetleri kavramında hala çözüme ulaştırılamamış bazı sorunların devamlılık göstermesi, araştırmacıların dikkatini de üzerine çekmiş ve sokak lezzetleri kavramı literatürde önemli bir yer sahibi olmuştur.

Sokak lezzetlerindeki talep ve satışların artması gıda kaynaklı hastalıkların bireylerde ve toplumda yüksek sağlık maliyetlerini ortaya çıkarmış ve sokakta satılan gıdalara karşı gıda güvenliği uygulamalarını halk ve hükümetler için önemli birer öncelik haline getirmiştir (Ekanem, 1998; Solunoğlu ve Nazik, 2018; s.42). Kalitesiz ürün kullanımı, gıdaların saklanma koşullarındaki uygunsuz durumlar, gıdaların işlenmesindeki eksiklikler ve satıcıların hijyen kurallarını uygulamadaki eksiklikleri sokak gıdaları ile ilgili hastalıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)' ne göre, zararlı bakteriler, virüsler, parazitler veya kimyasal maddeler içeren güvenli olmayan gıdalar, ishalden kansere kadar 200 den fazla hastalığa neden olmaktadır. İshalli hastalıklar, kontamine gıdaların tüketilmesinden kaynaklanan en yaygın hastalıklardır ve 550 milyon insanın hastalanmasına ve her yıl 230.000 kişinin ölümüne neden olmaktadır.

Böylesine tehlikeleri de beraberinde getiren sokak lezzetleri kavramında gıda ve hijyen eğitimleri büyük önem arz etmektedir. Günümüz sokak gıdalarının hazırlanmasında ve saklama koşullarında tüketicileri endişelendirecek durumlar bulunsa da, sokak lezzetleri satıcılarının yerel ekonomilere ve turizme verdiği pozitif etkiler, yönetimlerin bu sektörü ortadan kaldırmasına olanak sağlamamaktadır (Tuncer ve Biçer, 2009; Polat ve Gezen, 2017; s.119).

Ekonomik ve kültürel yapı taşı haline gelmiş olan sokak lezzetleri kavramını engellenmek yerine girişimcileri desteklemek, geliştirmek, denetlemek ve toplumsal bilincin artırılması yönündeki çalışmaların yapılması büyük önem arz etmektedir (Polat ve Gezen, 2017; s.119).

### **1.3. Araştırmanın Önemi**

İnsanların en temel ihtiyaçlarından birisi olan beslenme, yüzyıllar boyunca evrim geçirmiş, değişime uğramış ve özellikle de sanayi devriminden sonra hız kazanarak modernleşmeye başlamıştır.

İnsanları sokak lezzetlerine iten kolay ve hızlı hazırlanabilir olması, fiyatının her bütçeye uygun olması, lezzetli ve doyurucu olması (Şahin ve Solunoğlu, 2019; s.384) gibi sebepler olmasına karşın insan sağlığını tehlike altına sokan zehirlenme vakalarında gıda zehirlenmelerinin sayısı oldukça yüksektir (Sert, 2010; s.26).

Gıda zehirlenmeleri konusu, hem ülkemiz için hem de dünyanın pek çok ülkesinde önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyetini sürdüren ve gıda ve su kaynaklı salgınların araştırmalarını yürütmekte olan Amerikan Hastalık Kontrol ve Önleme Merkezi (CDC), 1998-2008 yılları arasında su ve gıda kaynaklı 13352 salgın ve 271974 hastalık tespit edildiğini bildirmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri ise 1993-2005 yılları arasında 108246 kişinin gıda kaynaklı hastalıklar geçirerek hastaneye yattığını göstermektedir (Öz vd., 2014; s.89-90).

Şahin ve Solunoğlu (2019), sokak yemeklerine yönelik tüketici tutumlarını ve tüketim niyetlerini incelediği çalışmada sokak yemeklerine ilişkin tutum düzeyinin artmasının tüketim düzeyini azalttığını ve sokakta satılan yiyeceklere yönelik hijyen ve sanitasyon gibi konuların kişilerdeki kaygı düzeyine etki ettiğini belirtmektedir.

Ayrıca araştırma sonucunda elde edilen bulgular ışığında sokak lezzetlerine yönelik olumsuz görünen ve tüketicilerin tutumunu etkileyen unsurların iyileştirilmesi hususunun destinasyonların tanıtım faaliyetlerine olumlu katkı sağlayacağı belirtilmektedir.

Sert (2010), üniversite öğrencilerinin açıkta satılan gıdalar hakkındaki görüşlerini ve tercih etme nedenlerini araştırdığı çalışmasında sokak lezzetlerinin sağlıksız olduğunu düşünüldüğü halde tüketilmeye devam edildiğini göstermektedir. Çalışma verilerinden elde edilen bulgular öğrencilerin sokakta satılan gıdaların sağlıksız ve besin değeri açısından yetersiz olduğunu düşündüklerini ancak açıklarını yatıştırmak için tükettiklerini ayrıca bu gıdaların ucuz olduğundan dolayı bütçelerini sarsmadığını belirtmektedir. Araştırma sonucunda gerekli sağlık koşullarını taşımayan ürünlerin üretimine ve satışına hiçbir şekilde izin verilmemesi gerektiği ancak sağlıksız olduğunu bilinmesine rağmen talebin sürdüğü gerçeğinin yadsınmaması gerektiği vurgulanmıştır. Asıl ihtiyacın ise bu gıdaların yasaklanmasından ziyade kurumsal işletmelerin çatısı altında arzın ve satışının yapılması gerektiği belirtilmektedir.

Sezgin ve Şanlıer (2016), araştırmalarında dünya çapında yaklaşık olarak 2,5 milyar insanın sokakta satılan gıdaları tükettiğini ancak tüketimin yayılmaya devam etmesine rağmen güvenlik önlemlerine ilişkin yeterli düzenlemelerin yapılmamasının sokakta satılan gıdaları tüketen insanlar için bir sağlık riski oluşturduğunu göstermektedir. Sokak lezzetleri kavramına ve kültürüne sahip ülkelerin birçoğunda sokak satıcıları ile ilgili bir yasal düzenleme bulunmadığı belirtilmektedir. Ayrıca Sezgin ve Şanlıer, sokak satıcılarının gıda güvenliği, hijyen ve sanitasyon gibi konularda yeterli bilgiye sahip olmadığını, bu durumun da ancak satıcılara verilecek gıda güvenliği ve hijyen eğitimleri ve hükümetlerin uygulayacağı düzenleme ve denetimler ile üstesinden gelinebileceğini vurgulamaktadır.

Sokak lezzetleri kavramının daha güvenli ve kaliteli bir olgu haline getirilmesi için İzmir ilinde faaliyet göstermekte olan sokak lezzetleri girişimcilerinin formal ve informal eğitim düzeylerinin ölçülmesi, bu eğitimlere olan ilgilerinin değerlendirilmesi ve ilerleyen zamanlarda gerekli düzenlemelerin ve denetimlerin yapılabilmesi açısından araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

#### 1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmaya dâhil edilen bireylerin görüşme formundaki sorulara tarafsız ve güvenilir yanıt verdiği varsayılmıştır.

#### 1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma dünya genelinde etkisini gösteren Koronavirüs salgını, karantina dönemleri ve yaşanan bu olumsuz olayların yarattığı maddi ve zaman sorunları sebebi ile İzmir ilinde faaliyet gösteren sokak lezzetleri girişimcileri ile sınırlandırılmıştır.

#### 1.6. Tanımlar

**Sokak Lezzetleri:** Özellikle sokaklarda, kamusal alanlarda ve benzeri yerlerde satıcılar tarafından hazırlanan veya satılan yemeye hazır yiyecek ve içeceklerdir (FAO, 2009).

**Gıda Güvenliği:** Gıdalarda olabilecek fiziksel, kimyasal, biyolojik ve her türlü zararların bertaraf edilmesi için alınan tedbirler bütünüdür (Gıda Güvenliği ve Kalitesinin Denetimi ve Kontrolüne Dair Yönetmelik).

**Formal Eğitim:** Amaçlı, planlı ve programlıdır. Eğitim süreci ve ortamı toplum tarafından uygun bulunan bir biçimde belirlenir. Formal eğitim belirli bir çevre içerisinde kontrollü ve programlı olarak yürütülür, belirli aşamaları kapsar ve sonunda değerlendirme işlemi gerçekleştirilir (Demirel ve Kaya, 2017: s.10).

**İnformel Eğitim:** Yaşam içerisinde kendiliğinde oluşan, planlı ve programlı olmayan bir eğitim türüdür. Aile içinde ve akran gruplarında gerçekleştirilen etkileşimler ve usta çırak ilişkisi bu eğitim türüne örnek olarak verilebilir (Demirel ve Kaya, 2017: s.9).

**Girişimci:** Girişimci, gereksinimleri karşılamak üzere iktisadi mal ve hizmet üretiminin gerçekleştirilmesi için üretim faktörlerini bir araya getiren kişidir (Karalar vd., 2006: s.13; Küçükaltan, 2009; s.22).

**Girişimcilik:** Girişimcilik, girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen addır (TÜSİAD, 2002).

## 2. İLGİLİ ALANYAZIN

### 2.1. KURAMSAL ÇERÇEVE

Kuramsal çerçeve içinde formal ve informal eğitim kavramları, sokak lezzetleri ve sokak lezzetlerinde formal ve informal eğitim kavramları, girişimcilik ve sokak lezzetleri girişimciliği kavramları ilgili alanyazın incelenerek ele alınmıştır.

#### 2.1.1. Formal ve İnfomal Eğitim Kavramları

İnsan ırkı dünya üzerinde yaşayan en karmaşık ve gelişmiş canlıların başında gelmektedir. Bu gelişmişlik, yaratılışımızdaki farklılığın yanında, binlerce yıldır biriktirdiğimiz ve atalarımızdan miras kalarak sonraki nesillere geçen tecrübeler sayesinde oluşmuştur. Ateşin keşfedilmesi, etrafımızdaki taşlardan ve çamurdan alet yapımı, yazının icadı, tarım devri ve insanlığın kaderini değiştiren her türlü bilgi, birikim ve beceri insan hayatındaki eğitimi oluşturmuştur. Bu tecrübe ve nesilden nesile aktarılan bilgi ve birikimler insanlığın gündelik hayatında eğitimin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Çünkü bilim, bilgi ve eğitim her zaman üzerine kattıkları kadar ilerlemektedir. Bu düşünceye göre eğitim, insanlara bilgi ve beceri kazandırmanın ötesinde, toplumların günlük hayatlarını ve kalkınmalarını devam ettirebilecekleri ölçüde değer üretmek, bu değer yok olmasını önlemek ve değer devam ettirilip geliştirilmesini sağlama amacı taşımaktadır (Varış, 1988; s.5).

Eğitim kavramı, insan hayatında sona ermeyen bir döngü şeklinde kendini devam ettirmektedir. Kişinin bedenini eğitmesi, aklını ve zihnini eğitmesi, ahlakını eğitmesi gibi konular insanın doğumundan ölümüne kadar süren bir eğitim süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle günümüz dünyasında eğitim, okul öncesinde ailede başlayıp okul öncesi ve okul hayatında devam ettiği gibi okul sonrasında da devam etmektedir (Varış, 1988; s.13). Dolayısıyla eğitim, bireyin hayatı boyunca, okul içinde ve okul dışında edindiği tecrübelerin bir bütünü ifade etmektedir. Eğitim kavramı bu boyutuyla düşünüldüğünde formal eğitim ve informal eğitim olarak iki çeşide ayrılabilir.

##### 2.1.1.1. Formal Eğitim

Formal eğitim, belirli bir plana ve müfredata bağlı kalarak, belirlenmiş kuralları ve yöntemleri olan ve önceden kesinleştirilmiş yer ve zamanda



gerçekleştirilmekte olan eğitim türüdür. Avrupa Konseyi (COE)' nin tanımına göre formal eğitim; bir öğretim programını takip eden ve öğrenmenin, eğitime katılan tüm öğrencilerin hedefi olmasına dikkat eden bir eğitim türüdür (www.coe.int). Öğrenme çıktıları, testler ve diğer değerlendirme birimleri ile ölçülmektedir. Bu değerlendirme ve ölçümlerin sonunda başarıya ulaşan kişilere diploma veya sertifika verilerek başarıları belgelendirilmiş olur. Formal eğitim kendi bünyesinde belirli özellikler taşımaktadır. Bu özellikler aşağıda gösterilmektedir;

- Eğitimin planlı olması
- Eğitimin programlı olması
- Profesyonel eğitimciler tarafından uygulanması
- Eğitimin amaçlı olması
- Kişilerde olumlu davranışlar yaratmaya yönelik olması
- Eğitim sürecinde yöntem, uygulama, içerik, süre ve eğitimin verileceği yerin önceden belirlenmiş olması
- Eğitim sonunda ulaşılmak istenilen amaçların önceden belirlenmiş olması

Formal eğitim ülkemizde, örgün eğitim ve yaygın eğitim olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu iki eğitim türü de formal eğitimin amaçlarına ve özelliklerine bağlı olarak sürdürülmektedir.

### *Örgün Eğitim*

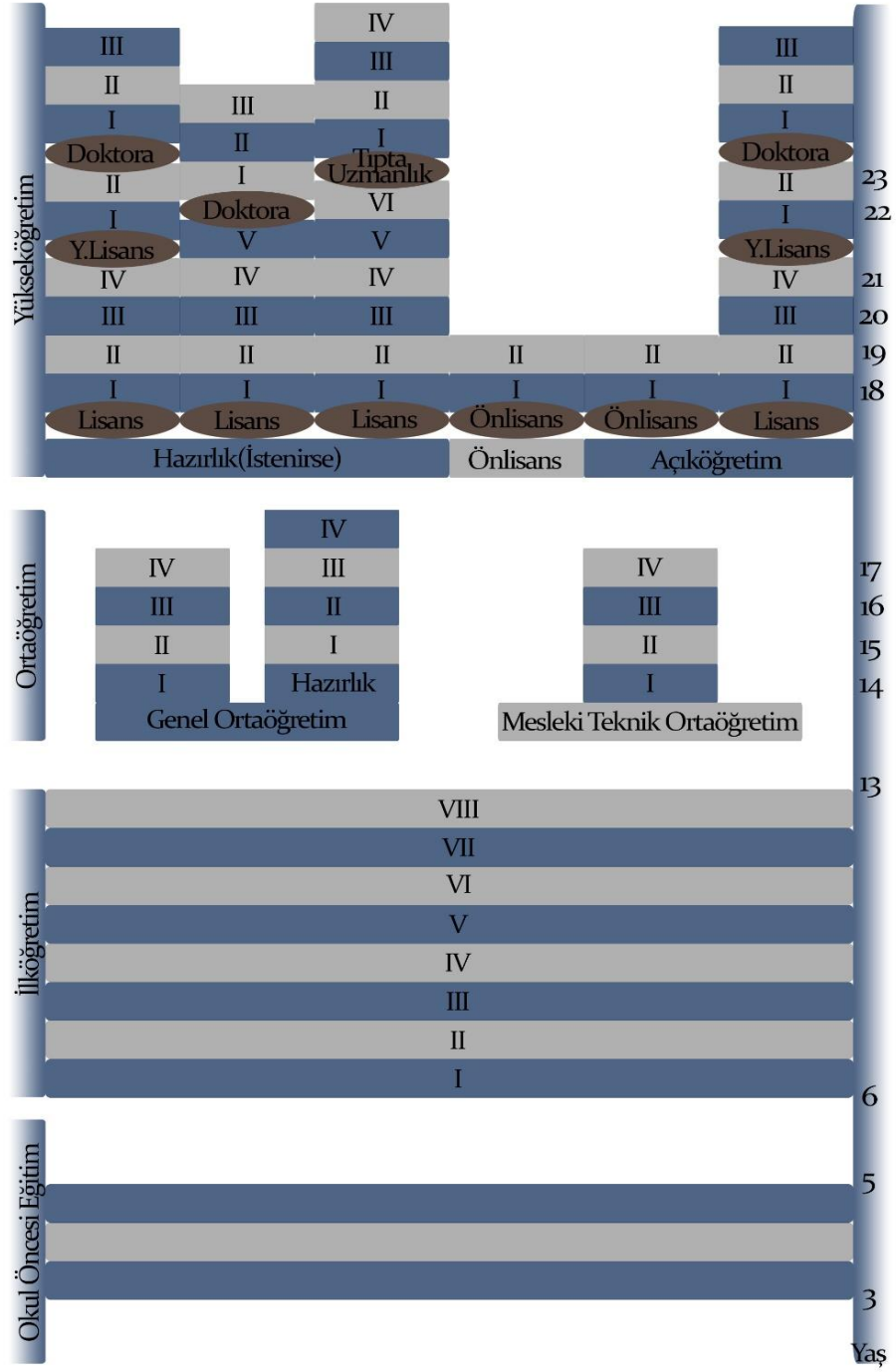
1973 yılında kabul edilen Milli Eğitim Temel Kanunu' na göre; Türkiye' nin temel eğitim sistemi, örgün eğitim ve yaygın eğitim olmak üzere iki ana gruba ayrılmıştır. Milli Eğitim Temel Kanunu' na göre Türk Milli Eğitimi' nin temel amacı, Türkiye' de bulunan bütün Türk vatandaşlarının Atatürk inkılap ve ilkelerine bağlı, Atatürk milliyetçiliğini benimsemiş olan, milli, ahlaki, insani, manevi ve kültürel değerlerini benimseyen, demokratik, laik ve sosyal bir hukuk devleti olan Türkiye Cumhuriyeti' ne karşı görev ve sorumluluklarını bilen yurttaşlar olarak yetiştirmektir (Milli Eğitim Temel Kanunu). Milli Eğitim Temel Kanunu, genellik ve eşitlik, ferdin ve toplumun ihtiyaçları, yöneltme, eğitim hakkı, fırsat ve imkân eşitliği, süreklilik, Atatürk inkılap ve ilkeleri ve Atatürk milliyetçiliği, demokrasi eğitimi, laiklik, bilimsellik, planlılık, karma eğitim, eğitim kampüsleri ve okul ile ailenin işbirliği ve her yerde eğitim gibi temel ilkeleri benimsemiştir. Bu ilkelere uygun olarak eğitimde sürekliliğin devam ettirilmesi ve her Türk vatandaşı için eşit,

sağlıklı bir eğitim düzeni oluşturulmak istenmiştir. Ulu önder Atatürk, ‘‘ Benden sonra beni benimsemek isteyenler bu temel mihver üzerinde akıl ve ilmin rehberliğini kabul ederlerse, manevi mirasçılarım olurlar’’ sözüyle de eğitimin, varılmasını istediği gelişmiş bir uygarlık yolunda bir uygulama olmasını benimsemiştir.

Bu temel hedefler doğrultusunda örgün eğitim, belirli bir yaş grubundaki bireylere, önceden belirlenmiş olan temel amaç ve düzenlenmiş programlara bağlı kalarak belirli süreler içerisinde, bütün eğitim kurumlarında yürütülmekte olan düzenli eğitimi ifade etmektedir (Şişman, 2019; s.335). Örgün eğitim, temel eğitim (okul öncesi eğitim, ilkokul ve ortaokul), ortaöğretim ve yükseköğretim olmak üzere 3 temel kurumu kapsamaktadır (Milli Eğitim Temel Kanunu).

Türkiye eğitim sistemindeki örgün eğitimin temel okul yapısı aşağıdaki T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018/2019’ daki bilgilerden faydalanarak oluşturulmuş olan şekil 1’ de gösterilmektedir.

Şekil 1: Türkiye Eğitim Sisteminde Örgün Eğitimin Temel Okul Yapısı



Kaynak: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018/2019.

## *Temel Eğitim*

Milli Eğitim Temel Kanunu' na göre temel eğitim, okul öncesi eğitim, ilköğretimi kapsamaktadır.

## *Okul Öncesi Eğitim*

Okul öncesi eğitim mecburi olmamakla birlikte ilköğretim çağına gelmemiş olan çocukların eğitim sürecini kapsamaktadır (Milli Eğitim Temel Kanunu). İlköğretim çağına gelmemiş olan çocukların günlük yaşama uyum sağlamaları, karşılanması gereken sosyo-kültürel ve psikolojik gelişimleri düşünüldüğünde okul öncesi eğitimin önemi daha iyi anlaşılmaktadır (Varış, 1988; s.168). Çocukların okul öncesi eğitimi sürecinde edinecekleri bilgi ve davranışlar, sosyal yaşantılarının geliştirilmesinde büyük rol oynamaktadır ve ilköğretim dönemine geçiş sürecinde fayda sağlamaktadır. Okul öncesi eğitim kurumları,

- 0-36 aylık çocuklara bakım ve eğitim vermek üzere kreşlerde,
- 37-66 aylık çocukların eğitimini karşılamak üzere anaokulları veya uygulama sınıflarında,
- 48-66 aylık çocukların eğitimini karşılamak üzere örgün eğitim kurumlarının bünyesinde açılmış olan ana sınıflarında karşılanmaktadır (Şişman, 2019; s.339).

Günümüzde sosyal yaşantımızda gerçekleşen değişimin sürekli olması, çekirdek aile yapısının geçmiş dönemlere göre çoğalmış olması, köylerden şehirlere göçün artması ve kadınların ekonomik yaşamda aldıkları rolün artması gibi sebepler sonucunda okul öncesi eğitim kurumlarına olan ihtiyaçlar da artmaktadır. 2016-2017 eğitim yılı boyunca 1.326.123 çocuk 29.293 okul öncesi eğitim kurumunda eğitim görmüştür (Şişman, 2019; s.340). Nüfusun da her geçen gün artması ile birlikte okul öncesi eğitim kurumlarına olan ihtiyaç da artmaktadır.

2003/2004 ve 2018/2019 yılları arasındaki okul öncesi eğitim kurumları, öğretmen ve öğrenci sayıları aşağıdaki çizelge 1' de gösterilmektedir.

**Çizelge 1: 2003/2004 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki Okul Öncesi Eğitim Kurumları, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları**

<b>Eğitim Yılı</b>	<b>Okul/Birim</b>	<b>Öğretmen Sayısı</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>
<b>2003/2004</b>	13.285	17.511	344.741
<b>2004/2005</b>	15.978	22.152	434.771
<b>2005/2006</b>	18.539	20.910	550.146
<b>2006/2007</b>	20.675	24.775	640.849
<b>2007/2008</b>	22.506	25.901	701.762
<b>2008/2009</b>	23.653	29.342	804.765
<b>2009/2010</b>	26.681	42.716	980.654
<b>2010/2011</b>	27.606	48.330	1.115.818
<b>2011/2012</b>	28.625	55.883	1.169.556
<b>2012/2013</b>	27.197	62.933	1.077.933
<b>2013/2014</b>	26.698	63.327	1.059.495
<b>2014/2015</b>	26.972	68.038	1.156.661
<b>2015/2016</b>	27.793	72.228	1.209.106
<b>2016/2017</b>	29.293	77.109	1.326.123
<b>2017/2018</b>	31.246	84.257	1.501.088
<b>2018/2019</b>	31.813	93.302	1.564.813

**Kaynak:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018/2019.

## İlköğretim

Milli Eğitim Temel Kanunu' nda 2019 yılında yapılan değişiklik ile birlikte mecburi ilköğretim çağı, 6-14 yaş grubundaki çocukları kapsamaktadır. İlköğretim eğitiminde temel amaç, çocukların iyi birer vatandaş olabilmeleri için gerekli olan temel bilgi, beceri, davranış ve alışkanlıkları kazandırmak, çocukları ilgi ve kabiliyetleri doğrultusunda yetiştirerek hayata ve bir üst öğretim kurumuna hazırlamaktır (Milli Eğitim Temel Kanunu).

Osmanlı Devleti' nde, II. Mahmut tarafından yayınlanan bir ferman ile ilköğretim her birey için zorunlu hale getirilmiş olmasına rağmen dönemin şartlarında yaygınlaştırılamamıştır (Şişman, 2019; s.341). Cumhuriyetin ilanından sonra ise, en çok önem verilen konulardan birisi de ilköğretim olmuştur. Ülkemizde ilkokullar başta beş yıl olarak düzenlenmiş ancak takip eden yıllardaki tartışmalar sonucunda 1961 yılında çıkarılan 222 sayılı ilköğretim ve Eğitim Kanunu ile dört yıl ilkokul ve dört yıl ortaokul olmak üzere sekiz yıla çıkarılmıştır.

Eğitim sistemimizde yapılan köklü değişimler sonucunda düzenlenen son eğitim sistemi ile zorunlu eğitim süresi, dört yıl süreli ilkokul, dört yıl süreli ortaokul ve dört yıl süreli lise olmak üzere on iki yıla çıkarılmıştır. Temel eğitim sürelerini tamamlayan öğrencilere on iki yıllık zorunlu eğitim sonunda ortaöğretim diploması verilmesi kararlaştırılmıştır (Şişman, 2019; s.341).

2012/2013 ve 2018/2019 eğitim yılları arasındaki ilköğretim düzeyinde eğitim hizmetinde bulunan ilkokul ve ortaokul kurumları okul ve birimleri, öğretmen sayıları ve öğrenci sayıları aşağıdaki çizelge 2 ve çizelge 3' de gösterilmektedir.

**Çizelge 2: 2012/2013 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki İlkokul Okul/Birim, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları**

Eğitim Yılı	Okul/Birim	Öğretmen Sayısı	Öğrenci Sayısı
2012/2013	29.169	282.043	5.593.910
2013/2014	28.532	288.444	5.574.916
2014/2015	27.544	295.252	5.434.150

<b>Çizelge 2' nin devamıdır.</b>			
<b>2015/2016</b>	26.522	302.961	5.360.703
<b>2016/2017</b>	25.479	292.878	4.972.430
<b>2017/2018</b>	24.967	297.176	5.104.599
<b>2018/2019</b>	24.739	300.732	5.267.378

**Kaynak:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018/2019.

**Çizelge 3: 2012/2013 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki Ortaokul Okul/Birim, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları**

<b>Eğitim Yılı</b>	<b>Okul/Birim</b>	<b>Öğretmen Sayısı</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>
<b>2012/2013</b>	16.987	269.759	5.566.986
<b>2013/2014</b>	17.019	280.804	5.478.399
<b>2014/2015</b>	16.969	296.065	5.278.107
<b>2015/2016</b>	17.343	322.680	5.211.506
<b>2016/2017</b>	17.879	324.350	5.554.415
<b>2017/2018</b>	18.745	339.850	5.590.134
<b>2018/2019</b>	18.935	354.198	5.627.075

**Kaynak:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018/2019.

### *Ortaöğretim*

Ortaöğretim, zorunlu olan sekiz yıllık ilköğretim dönemi sonunda yer alan ve dört yıllık zorunlu eğitim döneminden oluşan ve genel, özel ve mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarını kapsayan bir eğitim kademesidir. İlköğretimini tamamlamış ve ortaöğretime girmeye hak kazanmış olan her öğrenci, ortaöğretim kurumlarından

ilgi ve kabiliyetleri düzeyinde yararlanma imkânına sahip olmaktadır. (Milli Eğitim Temel Kanunu).

Ortaöğretimin sisteminde amaç ve görevler, milli eğitimin temel amaç ve görevlerine, eğitimin temel ilkelerine bağlı olarak yürütülmektedir. Bu amaçlar şunları kapsamaktadır;

- Öğrenim gören her öğrenciye ortaöğretim seviyesinde bir genel kültür aşılacak ve öğrenim gören öğrencileri toplumun sorunlarını tanıyan, çözüm yolları arayan bireyler haline getirmek ve ülkenin iktisadi, kültürel ve sosyal kalkınmasına katkıda bulunacak düzeyde bilinci ve birikimi kazandırmak,
- Öğrenim gören öğrencileri ilgi ve kabiliyetleri doğrultusunda yükseköğretime veya iş hayatına hazırlamak ve toplumun ihtiyaçları arasındaki dengeyi sağlamaktır (Milli Eğitim Temel Kanunu).

### *Genel Ortaöğretim*

Ortaöğretim, ortaokul eğitim görmüş olan bireylerin en az dört yıllık mecburi eğitimini karşılamakta olan okullardan meydana gelmektedir. Bu eğitimi veren okulların çoğu liselerden oluşmaktadır. Liselerde verilen eğitim 2005-2006 öğretim yılının başından itibaren geçerli olmak üzere zorunlu olarak dört yıla çıkarılmıştır (Şişman, 2019; s.343).

Genel ortaöğretim kurumları olarak yer alan okullar şunlardır;

- Temel Lise
- Anadolu Lisesi
- Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi
- Anadolu İmam Hatip Lisesi
- Açık Öğretim Lisesi
- Çok Programlı Anadolu Lisesi
- Fen Lisesi
- Spor Lisesi
- Sosyal Bilimler Lisesi



Genel ortaöğretim düzeyindeki 2010/2011 ve 2018/2019 eğitim yılları arasındaki faaliyetlerin sürdürüldüğü toplam okul/birim sayıları, öğretmen sayıları ve öğrenci sayıları aşağıdaki çizelge 4' te gösterilmektedir.

**Çizelge 4: 2010/2011 ve 2018/2019 Eğitim Yılları Arasındaki Genel Ortaöğretim Okul/Birim, Öğretmen ve Öğrenci Sayıları**

<b>Eğitim Yılı</b>	<b>Okul/Birim</b>	<b>Öğretmen Sayısı</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>
<b>2010/2011</b>	4.102	118.378	2.676.123
<b>2011/2012</b>	4.171	122.716	2.666.066
<b>2012/2013</b>	4.214	119.393	2.725.972
<b>2013/2014</b>	3.744	117.353	2.906.291
<b>2014/2015</b>	3.955	123.160	2.902.954
<b>2015/2016</b>	5.311	151.458	3.047.503
<b>2016/2017</b>	5.225	147.052	3.136.440
<b>2017/2018</b>	5.717	159.579	3.074.642
<b>2018/2019</b>	6.242	175.275	3.250.334

**Kaynak:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018/2019.

### *Mesleki ve Teknik Ortaöğretim*

Öğrencilere iş ve mesleki becerilerin kazandırılması amacı ile yapılan eğitimsel araştırmalar sonucunda ortaya çıkan mesleki eğitim, 18. yüzyıl ve sonrasında bir eğitim alanı olarak kabul edilmiş ve önemini arttırmıştır (Aytaç, 2006; T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi, 2018). Mesleki eğitim gören öğrencilerin küresel ekonomide yer alabilmesi ve eğitim sürecine dâhil olmaları hem istihdam dengesinin sağlanmasında hem de üretim gücünün artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. 18. yüzyılda gerçekleşen sanayi

devrimi sonrası seri üretime geçiş dönemi ve sonrasında insan gücüne olan ihtiyaç artmıştır. Mesleki ve teknik eğitim sanayi devrimi sonrasında özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonominin büyümesi ile birlikte gelişme evrelerine giren sektörlerin eğitilmiş eleman ve insan gücüne olan ihtiyaçlarını karşılamakta önemli bir destek sunmaktadır.

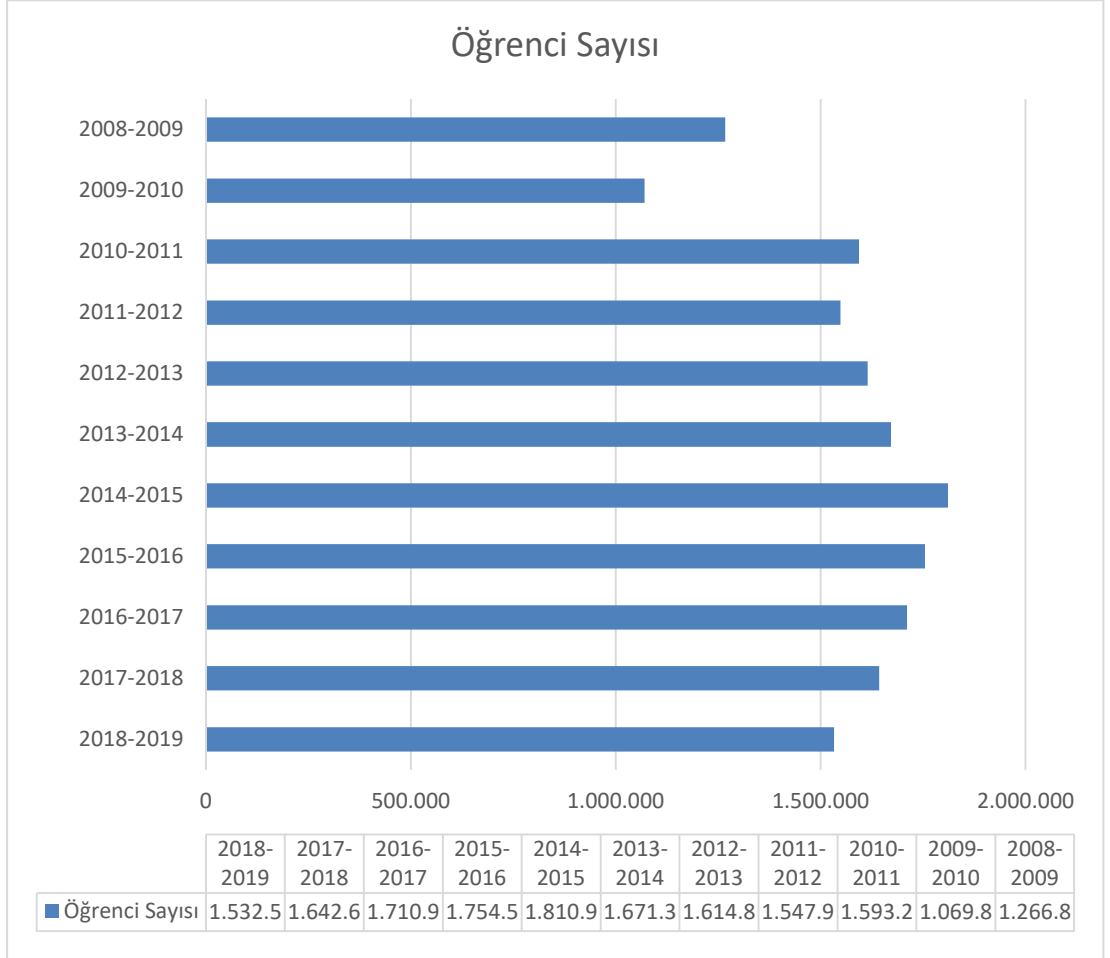
Ülkelerin iktisadi ve sosyal kalkınmaları hususunda bireylere; bilgi, beceri, girişimcilik özellikleri, meslek etiği ve ahlakı kazandırılması son derecede önemlidir. Mesleki ve teknik eğitim, hizmet ve ürün sağlayan sektörler ile işbirliği içerisinde ulusal ve uluslararası mesleki yeterliliğe sahip, mesleki etik ve ahlak değerlerine sahip, girişimci ruhlu, üretken ve ülkelere ekonomik değer katacak bireyler yetiştirmeyi amaç edinmektedir (T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi, 2018). Mesleki ve teknik eğitimin amaçları şu şekilde sıralanmaktadır;

- İhtiyaç doğrultusunda nitelikli eleman ve iş gücü yetiştirmek,
- Eğitimini tamamlayan bireylerin üretime katılacak ve katkı verecek şekilde yetiştirilmesini sağlamak,
- Mesleki ve teknik eğitim sistemini sürekli geliştirmek ve kalitenin yükseltilmesini sağlamak,
- İş piyasasının ihtiyaç duyduğu konulara yönelik modüler öğretim programları hazırlamak,
- Bireylere mesleğin gerektirdiği bilgi ve becerilerin yanı sıra değişime uyum sağlayabilmek için gerekli olacak yetkinlikleri sağlamak,
- Dijitalleşme süreci ile birlikte gelişen belirli alanlarda bireylere temel bilgi ve iletişim teknolojilerinde temel yetkinliklerin yanı sıra üst düzey becerileri kazandırmak,
- Eğitim gören bireylere milli kültürümüzün temeli olan ahilik anlayışıyla yetiştirmek ve bu anlayışa özgü olan iş ahlakı değerleri kazandırmak,
- Mesleki ve teknik eğitim ile insan odaklı kalkınmasının sağlanmasında etkin rol oynamak,
- İstihdamın geliştirilmesinde rol oynayan girişimcilik anlayışının kazandırılmasını sağlamak.

2014 yılından itibaren yapılan düzenlemeler ile birlikte mesleki ve teknik eğitim veren kurumlar “ Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ” adı altında

birleştirilmiştir (Şişman, 2019; s. 344). Bu okullarda yüzden fazla eğitim programı yürütülmektedir. Aşağıdaki çizelge 5’ te 2008-2018 yılları arasında mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarında öğrenim görmüş olan öğrencilerin sayısındaki değişim gösterilmektedir.

**Çizelge 5: 2008-2018 Yılları Arasında Mesleki ve Teknik Ortaöğretim Kurumlarında Öğrenim Görmüş Olan Öğrenci Sayılarında Gözlenen Değişim**



**Kaynak:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi, 2018.

### *Özel Eğitim*

Özel eğitim, bireysel ve gelişim özellikleri bakımından ele alındığında eğitim yeterliliği konusunda akranlarından anlamlı düzeyde bir farklılık gösteren bireylerin eğitim ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak üzere düzenlenen eğitim programlarını ve bu programları uygulamak üzere özel olarak yetiştirilmiş personel ile birlikte uygun ortamlarda sürdürülmesi gereken eğitim olarak tanımlanmaktadır (M.E.B. Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği). Özel Eğitim, Türk Milli Eğitimin genel amaç ve

ilkelerini esas alarak, özel eğitime ihtiyaç duymakta olan bireylerin yeterliliklerini, ilgi ve yeteneklerini en üst düzeyde kullanmalarını sağlayarak üst öğrenime, meslek hayatına ve sosyal hayata hazırlanmalarını amaç edinmektedir.

Özel eğitime ihtiyaç duyan ve özel eğitim görmesi gereken bireyler şu şekilde sınıflandırılmıştır:

- Zekâ geriliği bulunan bireyler
- Öğrenme güçlüklerine sahip bireyler
- Duygu ve davranış bozukluğu bulunan bireyler
- İleri derecede ve çoklu yetersizliğe sahip bireyler
- İşitme yetersizliğine sahip bireyler
- İletişim bozukluğu bulunan bireyler
- Görme yetersizliği bulunan bireyler
- Beden ve sağlıkla ilgili yetersizliği bulunan bireyler
- Üstün zekâlı ve üstün yeteneklere sahip bireyler (Eripek, 2005; s.5).

### *Yükseköğretim*

Yükseköğretim Kanunu ‘na göre “Yükseköğretim, milli eğitim sistemi içerisinde yer alan ve ortaöğretime dayalı olarak en az dört yarıyıldan oluşan eğitim-öğretim faaliyetlerinden oluşmaktadır.” Bu eğitim faaliyetleri günümüzde en az iki yıllık eğitim veren fakülteler, enstitüler, yüksekokullar, meslek yüksekokulları, konservatuarlar, uygulama ve araştırma merkezleri ve yüksek teknoloji enstitülerinde gerçekleştirilmektedir. Bu kurumlarda verilen eğitimin amacı;

- Ülkenin ve toplumun ihtiyacı doğrultusunda yüksek düzeyde ve çeşitli kademelerde insan gücü oluşturacak şekilde öğrencileri alaka ve yeteneklerine göre yetiştirmek,
- Bilimsel araştırmalar yapmak ve yapılan araştırmaların sonuçlarını toplum huzurunda yayınlamak,
- İstenildiği takdirde yapılan araştırma sonuçlarını hükümete bildirmek,
- Toplumun genel seviyesini yükseltecek ve aydınlatacak olan araştırma verilerini ve sonuçlarını sözlü ve yazılı yayın organları aracılığıyla halka ulaştırarak yaygın eğitim hizmetinde bulunmak olarak sıralanabilmektedir.

Türk toplumlarında yükseköğretim kavramı, bin yıl önce hüküm sürmüş Türk Devletlerine kadar uzanmaktadır. Yükseköğretim kurumlarının ilk adımları medreselere dayandırılmaktadır ve bu bağlamda ilk Türk medresesi 1067 yılında Bağdat' ta kurulmuş olan Nizamiye Medresesi olarak kabul edilmektedir (Kılıç, 1999; s.293). Osmanlı İmparatorluğunda bu medreselerin kurulması devamlılık göstermiş ve eğitim-öğretimde yeni gelişmelerin devamlılığı sağlanmıştır. Türkiye topraklarında ilk üniversite olarak kabul edilen ve İstanbul da inşa edilen Darülfünun-i Osmani (Osmanlı Üniversitesi)' nin açılması 1870 yılına denk gelmektedir. Cumhuriyetin ilan edilmesinden sonra Darülfünun-i Osmani çıkarılan yasa ile 1924 yılında İstanbul Darülfünunu adını almıştır (Baskan, 2001; s.25). 1933 yılında çıkarılan yasa ile birlikte İstanbul Üniversitesi adı altında yeniden kurulmuş ve üniversitenin özerkliği kaldırılarak Milli Eğitim Bakanlığı' na bağlanmış ve Türkiye Cumhuriyeti' nin ilk üniversitesi olmuştur. Takip eden yıllarda İstanbul ve Ankara da başka üniversiteler açılmaya devam edilmiş ve 1946 yılında üniversite reformu ile üniversitelere özerklik hakları yeniden tanınmıştır. Tanınan bu özerklik hakkı ile birçok akademi açılmış ve 1981 yılında YÖK' ün kurulması ile birlikte bunlar da üniversite çatısı altında toplanmıştır (Şişman, 2019; s. 348).

Yükseköğretim sistemi 1982 yılı itibariyle yirmi yedi üniversitenin YÖK çatısı altında toplanması ile birlikte birleşik bir yapıya dönüştürülmüştür. 1982 tarihinden günümüze kadar geçer süre içerisinde anayasada yer almakta olan hükümlere bağlı kalarak gerçekleştirilen yasal düzenlemek ile birlikte kar amacı gütmeyen vakıfların üniversite açmalarına imkân sağlanmıştır ([www.yok.gov.tr](http://www.yok.gov.tr)). Günümüzde yükseköğretim sistemi, yaklaşık 7.5 milyon öğrencisi ve 207 üniversitesi ile birlikte varlığını sürdürmektedir (istatistik.yok.gov.tr).

Yükseköğretimin sürdürüldüğü okul/birim, öğretmen sayısı ve öğrenci sayısı aşağıdaki çizelge 6' da detaylı şekilde gösterilmektedir.

**Çizelge 6: Fakülte ve Yüksekokullardaki Eğitim Yıllarına Göre Okul/Birim Sayıları, Öğretmen Sayıları ve Öğrenci Sayıları**

<b>Eğitim Yılı</b>	<b>Okul/Birim</b>	<b>Öğretmen Sayıları</b>	<b>Öğrenci Sayıları</b>
<b>2009/2010</b>	1.617	105.427	3.322.559
<b>2010/2011</b>	1.756	111.495	3.626.642
<b>2011/2012</b>	1.914	118.839	4.112.687
<b>2012/2013</b>	2.086	130.653	4.676.566
<b>2013/2014</b>	2.748	114.437	5.139.469
<b>2014/2015</b>	3.196	148.903	5.642.562
<b>2015/2016</b>	3.735	156.168	6.186.007
<b>2016/2017</b>	3.729	151.763	6.627.505
<b>2017/2018</b>	3.827	158.098	7.010.598
<b>2018/2019</b>	3.982	166.225	7.250.129

**Kaynak:** T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim 2018/2019.

### *Yaygın Eğitim*

Yaygın eğitim, örgün öğretim sisteminin hiçbir döneminde bulunmamış, yarım bırakmış veya eğitim sürecini tamamlamış olan bireylerin ilgi, beceri, istek ve yetenekleri doğrultusunda ekonomik, toplumsal ve kültürel gelişimlerini sağlayıcı nitelikte, çeşitli süre ve düzeylerde gerçekleştirmiş oldukları eğitim, üretim, rehberlik ve uygulama dönemlerini kapsamaktadır (Şişman, 2019; s.349). Yaygın eğitim kavramı halk eğitimi, yetişkin eğitimi, hayat boyu öğrenme, toplum eğitimi gibi birçok eş anlamlı ya da yakın anlamlı terimlerle ifade edilmektedir.

Yaygın eğitimin amaç ve ilkeleri 11/04//2018 tarihli resmi gazete yayınlanan Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Kurumları Yönetmeliğince şu şekilde belirtilmiştir:

- Hayat boyu öğrenmeyi sağlamak
- Bilimsellik ve bütünlük çerçevesinde eğitim vermek
- Geçerlilik
- Gönüllülük esasına dayalı olmak
- Herkese açık olmak
- Her yerde eğitim vermek
- İhtiyaca uygunluk sağlamak
- İşbirliği ve eşgüdüm sağlamak
- Planlı olmak
- Süreklilik sağlamak
- Yeniliğe ve gelişime açık olmak

Yaygın eğitim çalışmaları insan topluluklarının hemen her döneminde önemli bir olgu olmuştur. Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde yaygın eğitim ile ilgili faaliyetlerde bulunan kurumlar görülmektedir (Şişman, 2019; s.350). Medreseler, tekkeler, zaviyeler, ahi örgütleri, ordu içerisindeki eğitimler, devşirme ocakları ve Enderun mektebi gibi yapılanmalar Osmanlı dönemindeki yaygın eğitime birer örnek oluşturmaktadır. Cumhuriyetin ilanından önce kurulmuş olan Osmanlı Darülfünunu halka yönelik konferanslar düzenleyerek yaygın eğitime katkıda bulunmuştur.

Ülkemizde yaygın eğitim çalışmaları cumhuriyetin ilanından sonra önem kazanmış ve Başöğretmen Mustafa Kemal ATATÜRK önderliğinde okuma-yazma seferberliği başlatılmıştır. Devamında yaygın eğitim çalışmaları farklı kurumsal yapılanmalar içerisinde sürdürülmeye devam edilmiştir. Köy enstitüleri, millet mektepleri, halk derslikleri, akşam sanat ve ticaret okulları bu yapılanlara verilebilecek başlıca örneklerdendir. Günümüzde ise yaygın eğitim kurumları halk eğitim merkezleri, özel eğitim kurumları, uzaktan eğitim kurumları ve mesleki eğitim merkezlerinden oluşmaktadır. Günümüzde yaygın eğitime olan ilgi gözle görülür bir artış göstermeye başlamıştır. Gerek ekonomik sebepler gerekse kişisel gelişime olan ilgi ve yükselme isteği insanları yaygın eğitime yönlendirmektedir. TÜİK Yaygın Eğitim Faaliyetleri Araştırmalarından elde edilen verilerle oluşturulmuş olan

aşağıdaki çizelge 7’ de kurs sayıları, katılımcılar ve kursu bitiren kişilerin sayısal verileri görülmektedir.

**Çizelge 7: Kurum ve Kuruluşlar Tarafından Düzenlenen Yaygın Eğitim Faaliyetleri**

Eğitim Yılı	Kurs Sayısı	Katılımcı Sayısı	Mezun Sayısı
2010	63.748	3.296.734	2.574.744
2011	64.239	2.829.934	2.392.828
2012	77.715	3.299.563	3.095.003
2013	72.321	3.415.233	3.294.418
2014	63.557	3.224.852	2.970.906
2015	71.127	5.711.116	5.526.014
2016	72.167	7.611.505	7.425.138

**Kaynak:** TÜİK Yaygın Eğitim Faaliyetleri (2012), TÜİK Yaygın Eğitim Faaliyetleri (2014), TÜİK Yaygın Eğitim Faaliyetleri (2015), TÜİK Yaygın Eğitim Faaliyetleri (2016), TÜİK Yaygın Eğitim Faaliyetleri (2017).

### 2.1.1.2. İnfomal Eğitim

İnfomal eğitim, insanların yaşantıları içerisinde kendiliğinden oluşan, planlı, programlı ve amaçlı olmayan eğitim türüdür. Milli Eğitim sistemine bağlı olan kurumların dışında gerçekleşmektedir. İnfomal eğitim bireyin isteği dışında gerçekleşmektedir ve günlük hayatımızın bir parçasıdır ve bu nedenle deneyimsel öğrenme olarak da adlandırılabilir (Avrupa Konseyi (COE)). Bireyler karşılaştıkları durumlar ve buldukları sosyal çevre içerisinde gerçekleşen iletişim sayesinde farkında olmadan yeni bilgiler edinmektedir (Fidan, 2012; Arı vd., 2018; s.15). İnsanın sosyal hayatı içerisinde gerçekleşen iletişim, aile hayatında gerçekleşen eğitim, akranlarla kurulan ilişkiler ve usta-çırak ilişkisi infomal eğitime örnek olarak gösterilebilir. İnfomal eğitimin amaçlı ve programlı bir eğitim türü olmamasından dolayı insan hayatına paylaşmak, yardımlaşmak gibi olumlu katkıların



eklenebileceği gibi, sigara içmek, küfür etmek gibi olumsuz davranışlar da edinilebilmektedir. İnfomal eğitimi formal eğitimden ayıran belirli özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler aşağıdaki çizelge 8’ de gösterilmektedir.

**Çizelge 8: Formal Eğitim İle İnfomal Eğitim Arasındaki Farklar**

<b>Formal Eğitim</b>	<b>İnfomal Eğitim</b>
Planlı ve programlı bir şekilde ilerler	Plansızdır ve önceden belirlenmiş bir programı yoktur
Belirli bir amaca yönelik olarak gerçekleştirilir	Belirli bir amacı yoktur
Bireyde istenen yönde davranış değişiklikleri oluşturulmak amaçlanır	Gerçekleşen davranış değişiklikleri iyi veya kötü yönde gerçekleşebilir
Verilen eğitim sonunda eğitimin başarılı dair belge verilir	Eğitimin tamamlandığına dair belge verilmez
Zaman ve mekân önceden belirlidir	Zaman ve mekân önceden belirlenmemiştir
Verilen eğitim profesyonel bir öğretici eşliğinde gerçekleşir	Aile veya sosyal çevre içerisinde gerçekleşir. Profesyonel bir öğretici bulunmaz

**Kaynak:** Bu çizelge yazar tarafından oluşturulmuştur.

## **2.1.2. Sokak Lezzetleri Girişimciliği ve Sokak Lezzetlerinde Formal ve İnfomal Eğitimler**

Bu başlık altında sokak lezzetleri kavramı, sokak lezzetleri girişimciliği ve sokak lezzetleri ile ilgili formal ve informal eğitim konularına yer verilmiştir.

### **2.1.2.1. Sokak Lezzetleri Kavramı**

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren yemek arayışı toplumların hayatta kalmak için en önemli unsurlarından birisi olmuştur. Bu yemek arayışı Abraham Maslow tarafından 1943 yılında oluşturulmuş olan Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisinde piramidin en tepesinde bulunan fizyolojik gereksinimler içerisinde yer almaktadır ve insan hayatının en temel ihtiyaçlarından birisi olarak tanımlanmıştır. Beslenme ihtiyaı insanlar için nefes almak ve uyumak gibi hayatın devamlılığını sağlamak için son derecede önemlidir.

İnsanlar, binlerce yıldır sokaklarda satılan yiyecek ve içeceklerle ilgi duymakta ve fırsat buldukça bu ürünleri tkietmektedirler (M. avuşoğlu ve O. avuşoğlu, 2018; s.640). Kentleşmenin ilerlemesi ile kırsal alanlardan şehirlere göç eden insanlar nüfus artışına sebebiyet vermiş ve bunun sonucunda şehir hayatında ve yeme-içme alışkanlıklarında değişimler meydana gelmiştir (Popkin ve Bisgrove, 1988; Solomons ve Gross, 1995; Freese, Abal, Solomons ve Gross; 1998; Demir, Akdağ, Sormaz ve zata, 2018; s.591-592). şehir hayatında ve iş hayatında yaşanan değişimler, kültürel etkileşimler, kadınların iş hayatında daha fazla rol almaya başlamaları ve evde yemek pişirmek için gerekli zamanın olmaması gibi etkenler beslenme alışkanlıklarında değişime neden olmuştur ve insanları sokak lezzetlerine yönlendirmektedir. Özellikle 18. ve 19. yüzyılda yeni buluşların üretim hızını arttırmasıyla birlikte gerçekleşen sanayi devrimi sonrasında insanların iş hayatında ve yaşam koşullarında köklü değişiklikler yaşanmış ve insanların sokak lezzetlerine olan ihtiyaç ve tercihlerinde artışlar yaşanmıştır. Ayaküstü yemek olarak da tanımlanabilen sokak lezzetleri, çalışan insanlar için hem yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamış hem de zamandan tasarruf etmelerine yardımcı olmuştur.

Sokak lezzetleri kavramının kültürel, gastronomik ve sosyal özellikleri gibi birçok özelliği bulunduğundan dolayı kesin kabul görmüş bir tanımlama yapmak pek mümkün olmamaktadır. Sokak lezzetleri kavramı, basit ve hazır atıştırmalıklarının

ötesinde daha geniş bir anlama sahiptir (Kraig ve Sen, 2013; Demir, Akdağ, Sormaz ve Özata, 2018; s.592). Sokak lezzetlerinin ilk resmi tanımı, 1986 yılında Endonezya’ da düzenlenmiş olan Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) Asya Sokak Lezzetleri Bölgesel Çalıştayı sırasında kabul edilmiştir (Cardoso, Companion ve Marras, 2014; s.5). Bu tanımlamaya göre sokak lezzetleri, halka açık yerlerde özellikle de sokaklarda satıcılar tarafından hazırlanan veya hazır şekilde satılan çok çeşitli gıdalar olarak kabul görmüştür. Bu gıdalar hazırlandığı an veya yakın bir zaman içerisinde bekletilmeden tüketilmelidir.

#### **2.1.2.1.1. Sokak Lezzetleri Kavramının Ekonomik Boyutu**

Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)’ nün yaptığı çalışmalara göre her gün dünya çapında 2.5 milyar kişi sokak lezzetlerini tercih etmektedir (Cardoso, Companion ve Marras, 2014; s.1). Tüketicilerin yanı sıra sokak gıda satıcılarının da sayısı yadsınamayacak kadar fazladır ve toplumlarda insanların gıda ihtiyacını karşılarken aynı zamanda büyük bir istihdam kaynağı da oluşturmaktadırlar. Yatırım için yüksek sermaye gerektirmeyişi ve nispeten yüksek gelir elde etme imkânı özellikle gelişmekte olan ülkelerde birçok kişiyi sokak lezzetlerinde girişime teşvik etmektedir. Endonezya’ nın 250.000 kişilik bir nüfusa sahip olan Bogor kendinde 18.000 sokak satıcısı bulunmaktadır. Bu şehirde faaliyet gösteren sokak gıda satıcılarının %26’ sı kayıt dışı olarak sektörde çalışmaktadır. Gündeydoğu Asya ülkelerinde bir sokak gıda satıcısının aylık olarak ortalama kazancı asgari ücretin üç ila on katına kadar çıkabilmektedir ve bu da girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmekte ve ekonomik istihdamı geliştirmektedir. Latin Amerika ülkelerinde sokak satıcılarına yapılan harcamaların hane halkı harcamasının %30’ una, Bangkok’ ta ise %40’ ına karşılık geldiği görülmektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018; s.43-44).

Sokak lezzetleri, minyonlarca insana ekonomik gıda unsuru sağlayan geniş ve karmaşık bir yiyecek-içecek pazarına dönüşmüş olmasına rağmen halen yasal olmayan bir sektör olarak değerlendirilmektedir (Bayraktar ve Zencir, 2019; s.1370). Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunun turizm planları olmasına rağmen bu planlamalarda daha çok alt yapı unsurlarına ve formal üst yapı ile tesisler ve bu tesislerin ihtiyaçları üzerine durulmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkeler için informal sektörler de ülke ekonomisi için önemli bir bileşendir. Sokak satıcıları hiçbir belgelendirmeye, denetime ya da vergilendirmeye tabi olmadan çalıştıkları

halde yarattıkları gelir ve istihdam ile ekonomiye olumlu katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple sokak lezzetlerine gereken önem verildiğinde hem bölgesel turizme hem de bölgesel ekonomiye olan olumlu etkilerinin artması sağlanabilecektir (Ballı, 2016; s.11).

Demir, Akdağ, Sormaz ve Özata (2018), İstanbul sokak lezzetleri üzerine yaptıkları çalışmada, İstanbul gibi geniş bir kültüre ve yoğun nüfusa sahip şehirler için sokak lezzetlerinin önemli bir gelir kaynağı olduğu, çalışan ve genç nüfus için önemli bir beslenme alışkanlığı ve birçok insana istihdam sağladığının önemi gösterilmiştir. Ayrıca çalışmada sokak lezzetlerinin çalışmak isteyen kadınlar için de önemli bir gelir kaynağı ve istihdam oluşturacağı vurgulanmaktadır.

Karsavuran (2018), sokak lezzetlerinin farklı disiplinlerini incelediği çalışmasında günümüz sokak yemeklerinin marjinal ve kayıt dışı görünümünden uzaklaşmaya başladığını ve tüketicilerin yoğun ilgi ile yaklaştığı sokak lezzetlerinin aynı zamanda kadınlar, göçmenler, işsiz kalmış bireyler için bir iş fırsatı oluşturduğunu ve bu haliyle sokak yemeklerinin hem ekonomik unsurlara katkı sağladığını hem de kültürel mutfağın tanıtımında önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Sokak lezzetlerinin ekonomiye katkı sağladığı bir diğer unsur olarak festivaller gösterilmektedir. Birçok insan farklı sokak lezzetlerini deneyimlemek için gezilere katılmakta, turizm faaliyeti gerçekleştirmektedir ve hatta bu deneyimler sosyal medya organları ile paylaşılmakta ve sokak lezzetlerine olan ilgiyi arttırmaktadır. Bu tanıtım faaliyetlerine ülkeler de önem vermeye başlamış ve sokak lezzetleri ile ilgili Amerika Birleşik Devletleri' nde Maine Istakoz Festivali, Street Food Fest, İngiltere' de Sarımsak Festivali, Avustralya' da Melbourne Yemek ve Şarap Festivali, İtalya' da Mantar Festivali gibi organizasyonlar düzenlenmiştir (Polat ve Gezen, 2017; s.118). Türkiye' de ise Uluslararası Sokak Lezzetleri Festivali, Alaçatı Ot Festivali, Tekirdağ Kiraz Festivali, Uluslararası Urla Enginar Festivali ve Enfest Sokak Lezzetleri Festivali gibi organizasyonlar ve yarışmalar düzenlenmektedir. Düzenlenen bu festivaller ile yerli ve yabancı binlerce turist festivalin yapıldığı bölgeyi ziyaret etmekte ve kültürel yemekleri deneyimlemektedir. Bu ziyaretler de sokak lezzetlerinin sağladığı önemli bir ekonomik unsur olarak gösterilebilmektedir.

### 2.1.2.1.2. Sokak Lezzetleri Kavramının Sağlık Boyutu

Sokak lezzetleri kavramı ile ilgili dikkat edilmesi ve üzerinde durulması gereken en önemli unsurların başında gıda güvenliği, hijyen ve çevre temizliği yani sokak lezzetlerinin sağlık boyutu gelmektedir. Üretim aşamalarında kullanılan malzemelerin nasıl temin edildiği, nasıl korunduğu, üretimden sonra nasıl muhafaza edildiği, kullanılan malzemelerin denetimi ve atık yönetimi gibi konular sokak lezzetleri açısından dikkatle ele alınması ve düzenlenmesi gereken konular olarak gösterilmektedir (Ballı, 2016; s.11).

Küresel düzeyde her yıl yaklaşık olarak 2 milyondan fazla insan gıda tedarik zincirindeki olumsuz koşullardan etkilenmekte ve tüketilen riskli gıdalar sebebi ile gıda zehirlenmeleri yaşanmaktadır. Özellikle de gelişmekte olan ülkelerde gıdaya bağlı olarak yaşanan hastalık ve salgınların, tüketilen gıdaların hazırlık, muhafaza ve satış aşamalarında satıcının ve tüketicinin hijyen uygulamalarına karşı olan yanlış tutumları sebebiyle oldukça yaygın olarak yaşandığı görülmektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018; s.43).

Alimi (2016), gelişmekte olan ülkelerdeki sokak yemekleri uygulamalarını risk faktörlerini araştırmış ve bu risk faktörlerini tarımsal uygulamalar, çiğ gıda ve bileşenlerin kalitesi, yiyeceklerin hazırlanma aşamaları, olumsuz çevre koşulları ve hijyen uygulamaları olarak belirlemiştir. Gıda tedarik zinciri boyunca gerçekleşen olumsuz uygulamaların toplumun genelinde ciddi bir sağlık sorunu yarattığını ve bu olumsuz durumun sadece zincirin her halkasında bir eğitim, bilgilendirme ve güvenlik uygulamaları ile çözüme kavuşacağını göstermektedir.

Rane (2011), sokak lezzetlerindeki tehlike analizini incelediği çalışmasında tehlike kaynağı ve türlerini beş kategoriye ayırmış ve bu kaynakların mikrobik risklerini göstermeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada satıcının bulunduğu konumun, işlenmemiş gıdaların, satıcının kullandığı ekipmanların, depolama ve saklama koşullarının ve satıcının hijyen uygulamalarındaki tutumunun olumsuz olması durumunda *Salmonella*, *E. coli*, *S. aureus* ve *Basil* gibi spor ve patojenlerin tüketiciye ve tüketilen gıdaya kolaylıkla bulaşabildiği gösterilmektedir.

Bu çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda sokakta satılan gıdalara bağlı zehirlenmelerin dünyanın birçok yerinde satıcıların bilgisizliği yüzünden

gerçekleştiği söylenebilmektedir (Bayraktar ve Zencir, 2019; s.1370). Bu sebeple sokak lezzetleri girişimcileri ile ilgili eğitim durumunun araştırılması ve hijyen uygulamalarının değerlendirilmesi sokak lezzetlerinin geleceği, güvenilirliği ve geliştirilmesi adına önemli bir unsur oluşturmaktadır.

### **2.1.2.2. İzmir İlindeki Başlıca Sokak Lezzetleri**

Sokak lezzetleri, her ülkenin kendi kültürüne özgü gıdaları bulunmasından dolayı oldukça zengin ve geniş bir çeşitlilik oluşturmaktadır. Asya kıtasından Amerika kıtasına kadar her ülkenin farklı yöresel lezzetleri, farklı gıdaları ve farklı hazırlanmış biçimleri bulunmaktadır. Ülkemizin de sahip olduğu farklı kültürler, köklü tarihi ve sosyal birikimler, yöresel gıdaların çeşitlenmesinde önemli bir kaynak oluşturmuştur. Anadolu' nun kültürel zenginliği, bu topraklar üzerinde yaşamış ve hüküm sürmüş medeniyetlerin bıraktığı izlerin birikimi olarak görülmektedir ve bu çeşitlilik yöresel mutfağımıza da yansımıştır (Erdoğan ve Özdemir, 2018; s.255).

Geçmiş 8.500 yıl öncesine dayanan İzmir tarih boyunca çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapmış bir yerleşim yeridir. İzmir ve çevresinde yaşamış olan Türkler, Rumlar, Levantenler, Sefaratlar, Makedonlar, Boşnaklar, Arnavutlar ve Afrika kökenli Araplar bu coğrafyanın barındırdığı kültürel çeşitliliği oluşturmuşlardır.

İzmir mutfağı; göç mutfağı, levanten mutfağı, girit ve rum mutfakları, sefarad ve Anadolu mutfaklarının karışımından oluşmaktadır. Ege bölgesinin kıyı kesimlerinde Yunan mutfak kültürünün, iç kesimlerinde ise Anadolu mutfak kültürünün daha yoğun hissedildiği görülmektedir (Erdoğan ve Özdemir, 2018; s.255). Bu kültürel çeşitliliğin sonucu olarak İzmir de sokak lezzetleri olarak nitelendirilebilecek gıdaların sayısı oldukça fazladır. İzmir gevreği, boyoz, midye dolma, kumru, boza, kelle söğüş, çöp şiş, bardak mısır, İzmir lokması, şambali ve serinletici şerbetlerinin çeşitliliği İzmir' in başlıca sokak lezzetlerini oluşturmaktadır (<http://www.izmirkulturturizm.gov.tr>).

### **2.1.2.3. Girişimcilik Kavramı ve Sokak Lezzetleri Girişimciliği**

Girişimcilik kavramının neredeyse konuyla ilgilenen yazar sayısı kadar farklı anlamı olabilmektedir. Fransızcadan diğer dillere tercüme edilmiş olan girişimci kavramı, üstlenen kişi anlamı taşımaktadır. Bazı araştırmacılar girişimciliği

tanımlamaya çalışmanın sonuçsuz olabileceğini öne sürmektedir çünkü girişimcilik terimi kesin bir yolla açıklanamayacak kadar geniş bir anlam taşımaktadır (Dollinger, 2018; s.7).

Girişimcilerin ekonomideki rolü ve girişimcilik kavramı ilk defa Fransız iktisatçı Richard Cantillon olmuştur. Cantillon, ekonomik aktörleri arazi sahipleri, girişimciler ve işçiler olmak üzere üç gruba ayırmıştır. Arazi sahiplerini ve işçileri pasif bir grup olarak düşünürken girişimcileri aktif rol oynayan kişiler olarak nitelendirmiştir (Grebel, Pyka ve Hanusch, 2001; s.3). Cantillon, girişimci kişilerin temelde risk alan kişiler olduğunu vurgulamıştır. Bir başka Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say (1803), girişimcilerin yönetici özelliklerinin de olması gerektiğini vurgulayarak Cantillon' un girişimci tanımını geliştirmiştir (Bozkurt, Kalkan, Koyuncu ve Alparslan, 2012; Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014; s.99). Girişimcilik ile ilgili diğer çalışmalarda Beaudeau, girişimciyi risk alan, planlayan, idare eden, organizasyon eden ve sahip olan kişi olarak tanımlarken, Francis Walker girişimcilik kavramına yönetim becerisini de ekleyerek girişimciyi söz konusu beceriden yarar sağlayan ve geçerli faiz ve para miktarı arasında seçim yapan kişi olarak nitelendirerek tanımı genişletmiştir. Joseph Schumpeter ise girişimciyi yenilikçi ve denenmemiş teknolojiyi kullanan ve geliştiren yani inovatif yeniliklere öncülük eden kişi olarak tanımlamıştır (Sönmez ve Toksoy, 2014; s.43).

Literatür incelendiğinde girişimci kavramı ile ilgili birçok farklı tanımlama olduğu görülmektedir. Ancak değişen her tanımlamada ortak payda yenilik kavramı olmuştur (Ercan ve Gökdeniz, 2009; s.67). Genel anlamıyla girişimci, kar ve zarar olasılığını yüklenen, üretim faktörlerini organize ve temin eden, teknolojik ve ekonomik gelişmelere ayak uyduran ve üreteceği mal veya hizmetler ile başkalarının ihtiyacını karşılayan kişiler olarak nitelendirebiliriz (Şimşek ve Çelik, 2018; s.19). Bu doğrultuda girişimciliği ise, yenilik üretme, risk alma, fırsatları yakalama ve uygulamaya geçme faaliyetlerinin genel adı olarak tanımlayabiliriz (Ercan ve Gökdeniz, 2009; s.67).

Yapılan bu tanımlamalar doğrultusunda sokak satıcılığı bir tür girişimcilik faaliyetidir (Adhikari, 2011; Gözgeç ve Aydemir, 2019; s.3855). Sokak lezzetleri girişimciliği genellikle bir hane halkı girişimi olarak görülmektedir. Yiyeceklerin hazırlanması ve satış işi genellikle aynı hane halkı tarafından gerçekleştirilmektedir.

Hiemstra, Frese ve Kooy (2006), sokak satıcılarını sabit işletmeler, konut işletmeleri ve ayaklı işletmeler olarak üç kategoriye ayırmaktadır. Sabit işletmeler, stratejik konumlarda bulunan sabit noktalardan faaliyet gösteren satıcılardır. Bu konumlar genellikle pazar yerleri, kamu alanları, yoğun sokak köşeleri ve popüler yerlerdir. Konut işletmeleri, satılacak olan yiyecek veya içecekleri evlerinde hazırlayan ve evden satış yapan işletmelerdir. Ayaklı işletmeler ise satacakları yiyecek veya içecekleri evlerinde hazırlayıp şehir genelinde satmaktadırlar. Genellikle tekerli tablalar ile gezerek satışlarını gerçekleştirmektedirler.

Sokak lezzetleri ile ilgili alan yazın incelendiğinde tüketilen gıdalar, sağlık boyutu ve tüketiciye yönelik birçok çalışma olduğu görülmeye rağmen girişimcilik boyutuna pek değinilmediği görülmektedir. Sokak yiyecekleri girişimciliği ile ilgili olarak sadece pazar yerlerinde tezgah açan satıcılar ile esnaflara odaklanıldığı görülmektedir (Gavcar vd., 2006; Baykul ve Dulupçu, 2009; Genç, 2016; Demirer vd., 2017; Polat ve Gezen, 2017; s.120). Sokak lezzetleri girişimciliğini sadece bir girişim veya girişimcilik faaliyeti olarak nitelendirmek pek doğru olmamaktadır. Sokak lezzetleri girişimciliği kültürel devamlılığın sağlanması, mevcut değerlerin göz ardı edilmemesi, unutulmaması ve tanıtılması için önemli bir faktördür. Sokak lezzetleri girişimciliğinin ekonomik boyutu da ele alınacak olursa öneminin anlaşılması daha kolay olmaktadır çünkü yoksulluk sınırında yaşayan veya yoksulluk sınırının altında olan küçük çaplı kadın ve erkek girişimciler için önemli bir ekonomik kaynak yaratmaktadır (Tinker, 1999; Tinker ve Cohen, 1985; Walsh, 2014; Gözgeç ve Aydemir, 2019; s.3855).

Toplumların ihtiyaçları da tıpkı insanların ihtiyaçları gibi sonsuz ve sınırsız olduğundan dolayı toplumlar devamlılıklarını sürdürmek adına ihtiyaçlar kümesinden makul olanları gerçekleştirmek zorundadır. Akdi takdirde karşılanmayan temel ihtiyaçlar başka sorunları ortaya çıkarabilmektedir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen sosyal girişimler toplumun eksik kalmış ihtiyaçlarının karşılanması açısından büyük bir önem taşımaktadır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009; s.82). Girişimcilik gibi sosyal girişimcilik kavramı da geniş bir kapsama sahip olduğundan dolayı tanımlanması zor bir olgudur. Sosyal girişimcilik ile ilgili birçok tanım yapılmış ve ait olduğu sektöre göre farklı görüşler ortaya çıkmıştır (Güler, 2011; s.80-81). Kavramsal olarak sosyal girişimcilik ilk defa 1953 yılında H. Bowen' in "İşadamlarının Sosyal Sorumlulukları" isimli kitabında görülmektedir. Günümüze



kadar da sosyal girişimcilik ile ilgili tanımlar çeşitlenmiş ve farklılık göstermeye başlamıştır (Koçak ve Kavi, 2014; s. 28). En yaygın şekli ile sosyal girişimcilik kavramı, sosyal çevrelerde yenilik yaratarak sosyal sorunları çözmeye adına kar elde etmeyi amaçlamadan fon oluşturmak, finansman stratejileri düzenlemek, yeni iş biçimleri oluşturarak sosyal değişimlere yardımcı olmak gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Demirel, 2015; s.111-114). Sosyal girişimcilerin en önemli özelliklerinden birisinin özel sektör, kamu sektörü veya kar amacı gütmeyen kuruluşlar aracılığıyla toplumun ihtiyaçlarını tanımlama ve çözümlenme konusunda yenilik ve yaratıcılık faaliyetlerinin olması, sosyal girişimcileri ticari girişimcilerden ayıran bazı unsurlar oluşturmaktadır. Sosyal girişimciler ile ticari girişimciler arasındaki farklar aşağıdaki çizelge 9’ da gösterilmektedir.

**Çizelge 9: Sosyal Girişimciler ile Ticari Girişimciler Arasındaki Farklar**

<b>Ticari Girişimci</b>	<b>Sosyal Girişimci</b>
Yeni ihtiyaçlar belirlemeye çalışırlar	Yenilikler yaratarak uzun dönemli amaçlara etkin hizmet sağlamaya çalışırlar
Pay sahipleri ve kendileri için risk alırlar	Paydaşlar adına risk alırlar
Temel amaç ve motive unsurları yeni bir iş kurma, kendi işini yapma ve kar elde etme arzudur	Temel amaçları kar elde etmekten ziyade sosyal hayatın ve hedef kitlenin gelişimine katkı sağlamaktadır
Ticari girişimcilerin risk tercihi para ve saygınlık kazanmaya yöneliktir	Sosyal girişimciler sosyal hayattaki sorunları çözümlenmek ve toplumun gelişmesine katkı sağlamak amacı ile risk alırlar

**Kaynak:** Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009.

Girişimcilik, kendi içerisinde birçok faktörü barındırması ile bağlantılı olarak çok yönlü ele alınması ve incelenmesi gereken bir konudur. Çünkü girişimcilik, girişimcinin doğrudan kendisi, kurduğu veya devam ettirdiği rgt ve hem kendisi hem de örgütünün iletişim ilişkileri kurduğu sosyal, ekonomik, kültürel vb. evre ile bir bütün oluşturmaktadır (İrmiş vd., 2010; Durak, 2011; s.197). Birçok çalışmada girişimciliği etkileyen faktörler üzerine çeşitli görüşler ortaya koyulmasına rağmen mevcut literatür incelendiğinde genel olarak kabul görmekte olan üç yaklaşım olduğu görülmektedir (Kaygın ve Güven, 2018; s.35-36). Bunlar;

- Bireysel Yaklaşım,
- Çevresel Yaklaşım,
- Firma Yaklaşımıdır.

#### *Bireysel Yaklaşım*

Yıllardır yapılan birçok çalışma ile araştırmacılar, kişilik özellikleri ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Girişimci kişilik özelliklerine bakıldığında girişimci kişilerde bulunan kişilik özellikleri kümesinin girişimci olmayan kişilere göre farklı olduğu gözlemlenmiştir (Olson, 2000; s. 2).

Bireysel yaklaşım, genel olarak girişimcilerin bireysel özelliklerine ve sahip olduğu yeteneklere dayalı olan çalışmaları içermektedir. Bireysel yaklaşımı kabul görmüş olan çalışmalarda sorulması gereken temel soru, ‘‘ kişilerin neden bir işletme kurdukları ve neden bir girişimci olarak başarı gsterdikleriyle ‘‘ ilgilidir (Littunen, 2000; Durak, 2011; s.197). Bu konuda yapılan çalışmalarda girişimcilerin kişilik, psikolojik ve demografik özellikleri üzerinde durulmaktadır.

#### *Psikolojik Faktörler*

Psikolojik olarak, bireyin sahip olduğu değerler, tutumları, yaşadığı deneyimler gibi etkenler girişimcilik kavramı üzerine önemli rol oynamaktadır. (Gürbüz, 2011; s.266). Psikolojik zelliklerin zaman içinde dikkat çekici bir Şekilde kararlı olduğuna, ilgili durumlarda davranışı etkilediğine, durumları değiştirebileceğine ve insanların farklı durumlar seçmesine yol açabileceğine dair kanıtlar vardır. Bu nedenle, bazı psikolojik yatkınlıklar girişimcilik için bir eğilime işaret etmekte ve girişimcilik davranışının öncüleri olabilmektedir. Bu psikolojik

davranışların en yaygın olanları başarı motivasyonu, risk alma eğilimi ve yenilikçiliktir (Stewart, Watson, Carland J. C. ve Carland J. W., 1998; s.192).

### *Başarı Motivasyonu*

Toplumların gelişmesi ve ekonomik istikrarın sağlanması açısından önemli bir itici güç oluşturan başarı ihtiyacı, herhangi bir işin başarıyla sonuçlandırılması açısından temel belirleyicilerden birisidir (Hansemark, 2000; Özdemir, Saygılı ve Yıldırım, 2016; s.127). Başarma ihtiyacı, McClelland tarafından 1985 yılında oluşturulmuş olan “ edinilmiş ihtiyaçlar teorisi ” ne dayanmaktadır ve işyeri bağlamında bireysel eylemleri etkileyen baskın ihtiyaçlardan birisidir (P. Kerr, R. Kerr ve Xu, 2017; s.17).

Yüksek başarma ihtiyacına sahip olan bireyler, gerçekleşen davranışların sorumluluklarına katlanma ve sorunlara çözüm bulma sorumluluğuna sahiptirler. Mevcut durumları analiz etme, başarı olasılıklarını araştırma, zorlukları aşma ve risk alma arzusunu taşımaktadırlar. Aynı zamanda başarı ihtiyacı duyan bireyler, olaylara daha fazla odaklanmakta ve olayları değişim potansiyeline göre yorumlamaktadırlar (Champoux, 1996; Ceylan ve Demircan, 2002; Özdemir, Saygılı ve Yıldırım, 2016; s.127).

### *Risk Alma Eğilimi*

Geleneksel olarak girişimciliğin tanımı risk alma eylemi üzerine kurulmaktadır. Girişimcilik ile ilgili yazın incelendiğinde en başından beri girişimciliğin risk alma yönüne sürekli dikkat çekilmiş ve girişimci kişiler risk üstlenici olarak tanımlanmıştır. Özellikle işletmecilik faaliyetlerinde profesyonel yöneticiler ile girişimciler arasındaki ayırım vurgulanmak istenildiğinde ilk olarak girişimcilerin risk alma eğilimleri gösterilmektedir (Erdem, 2001; s.44).

Girişimcilerin üstlendiği risk olgusunun başarıya sonuçlanması için tamamen beceriye dayalı bir olgu olması gerekmektedir. Alınan risk şans faktörüne bağlı olarak değil girişimcinin sahip olduğu beceri ve bilgiye göre üstlenilmelidir. Eylemin sonucu girişimcinin kendi beceri ve bilgisine bağlı olduğunda alınan riskin başarı ile sonuçlanma olasılığı şans faktörüne göre daha yüksektir (Macko ve Tyszka, 2009; s.471).

### *Yenilikçilik*

Yenilikçi bir yapıya sahip olmak girişimciliğin temellerinden birisini oluşturmaktadır. Girişimciler, yeni bir organizasyon yapısı, yeni bir ürün, yeni bir ürün süreci ve yeni bir şirket yapısı ile girişimlerine başlamaktadırlar (Kaygın ve Güven, 2018; s.39). Eğer bir birey girişimcilik yeteneklerine sahip ise aynı zamanda sürekli olarak yenilikleri düşünme ve hayata geçirme yeteneğine de sahip olmalıdır. Bu nedenle girişimciler sürekli olarak bir yenilik düşünür, bu yenilikleri projelendirir ve hayata geçirerek zenginlik üretir ve insanların hayatını kolaylaştırmayı amaçlar (Bozkurt, 2005; Başer ve Büber, 2012; s.138-139).

Girişimciler ile yöneticileri birbirinden ayıran en önemli özelliklerden birisi de yenilikçiliktir. Çünkü girişimciler yenilikçi düşünme gücüne ve yeteneğine sahip oldukları için sıradan yöneticilere göre yenilik konusunda daha istekli ve yeteneklidir (Stewart, Watson, Carland J. C. ve Carland J. W., 1998; s.196).

### *Demografik Faktörler*

Girişimciliği etkileyen faktörler üzerine yapılan birçok araştırmada girişimciliğin doğuştan gelen özelliklerine vurgu yapılmış olmasına rağmen girişimciliğin yaşam süresi içerisinde sonradan öğrenilebilecek bir konu olduğu da sıklıkla dile getirilmektedir. Girişimciliği etkileyen demografik özellikler birçok araştırmaya konu olmuştur (Şeşen ve Basım, 2012; s.21-22).

Girişimciliğe etki eden demografik faktörleri Hisrich ve Roberts (2002), Kutaniş ve diğerleri şu şekilde açıklamaktadır (Gürbüz, 2011; s.266):

- Aile faktörü ve rol modelleri,
- Yaş faktörü,
- Eğitim faktörü,
- İş tecrübesi,

### *Aile Faktörü ve Rol Modelleri*

Girişimcilerin içinde bulunduğu ailenin ekonomik ve toplumsal sınıfı, aile değerleri ve çocukluk döneminden itibaren aldığı eğitim, görgü ve gelenekleri girişimciyi yaşamı boyunca doğrudan etkilemektedir. Ailenin çocuklarını üretken olma alanında teşvik etmesi çocuğun girişimcilik niyetlerinin artmasını

sağlamaktadır. Ailenin etkisini rol modeli olma ve aile desteği kavramları ile açıklamak mümkündür. (Kaygın ve Güven, 2015; s.40-41). Rol modelleme, doğrudan deneyim yerine örneklerle öğrenmeyi ifade etmektedir. Rol modellemede, birey davranışları gayri resmi ve kasıtsız gözlem yoluyla benimser (Tkachev ve Kolvereid, 1999; Nguyen, 2018; s.5). Aile içerisinde girişimci bir bireyin bulunması çocuklar içinde destekleyici bir kavram oluşturacaktır. Özellikle maddi ve sosyal imkânları iyi olan ailelerde çocuklar dikkat ve ilgi ile büyütülebilmekte çocuğun girişimcilik niyeti için ihtiyaç duyacağı özgüven sağlanmaktadır. Yüksek özgüvene sahip olan kişilerin girişimci olma niyetleri daha yüksektir (Kaygın ve Güven, 2018; s.40-41).

### *Yaş Faktörü*

Bazı araştırmacılar, insanların çoğunlukla 25 ila 34 yaşları arasında kendi firmalarını kurmaya karar verdiğine inanmaktadır. (Choo ve Wong, 2006; Delmar ve Davidsson, 2000; Nguyen, 2018; s.12). Bu yaş aralığının öncesinde veya sonrasında da girişimci yeterli deneyim, enerji ve finansal desteğe sahipse başarılı bir girişim başlatıp sürdürebilmektedir (Kaygın ve Güven, 2018; s.41) ancak başarılı bir girişimci olmak için fikirlerin geciktirilmemesi ve erken yaşlarda hayata geçirilmesi ekonomik unsurlar açısından oldukça önemlidir. ABD'deki en iyi 10 yüksek teknoloji şirketinin beşi 1985 yılından sonra kurulmuştur ve kurucuları da bu şirketleri kurduklarında ortalama yaşları sadece 28 olan bireylerden oluşmaktaydı. Buna karşılık, Japonya'da, en yüksek 10 teknoloji şirketi son 40 yılda kurulmuştur. Firma giriş oranı 1960 ve 1970' lerde %6-7' den 1990' larda %3'e düşmüştür. Birçok ekonomist ABD' nin Japonya'yı teknoloji sektöründe geride bırakmasını genç yaştaki girişimcilere dayandırmaktadır (Liang, Wang ve Lazear, 2014; s.8).

### *Eğitim Faktörü*

Araştırmalar, kaliteli bir eğitimin bireyin öz yeterlik ve özgüven düzeyini artırabileceğinden girişimci kişiler üzerinde bir etkisi olduğunu göstermektedir. Girişimcilerin eğitimi, işin başarısını etkilemekte ve girişimcilerin güven, psikoloji, bilgi ve beceriler gibi yönetim kapasitelerini geliştirme sürecine yardımcı olmaktadır. Eğitimli insanlar yaratıcı ve yenilikçidir ve her zaman bir ihtiyacı veya isteği

karşlamak için benzersiz bir yol ararlar. Küçük işletmelerdeki başarı faktörlerinden birisi, işletmenin karmaşık bir ortamda hayatta kalmasına, yönetilmesine ve işletmenin karlılığını sürdürmesine yardımcı olabilecek girişimcinin eğitim düzeyidir (Vallabh ve Mhlanga, 2015; s.2).

Girişimcilik konusunda kişinin formal eğitim almasının şart olarak gösterilmemesine rağmen, başlatılan girişimin teknik yönlerinin yanında, finans, stratejik planlama, pazarlama ve yönetim alanlarında eğitim alınması girişimi daha başarılı bir hale getireceği aşikârdır (Kaygın ve Güven, 2018; s.41-42).

### *İş Tecrübesi*

Girişimcilerin geçmiş dönemlerindeki iş hayatlarına bakıldığında, daha önceleri küçük bir işletmede çalışmış olmaları ya da daha önce bir girişimcilik faaliyeti sergilemiş olmaları girişimci olma isteğini pozitif yönde etkilemektedir. Girişimcilerin önceki iş hayatlarında çalışan olmaları veya girişim faaliyetlerinde bulunmuş olmaları bireye deneyim kazandıracak ve hem yeni bir girişim kurma hem de mevcut girişimlerini büyütme aşamalarında büyük bir pay oynayacaktır (Kaygın ve Güven, 2018; s.42).

### *Çevresel Yaklaşım*

Çevresel yaklaşıma göre girişimcilik faaliyetleri, sosyal, politik, ekonomik, teknolojik ve kültürel çevrelerden etkilenmektedir (Gürbüz, 2011; s.266). Bu yaklaşıma göre girişimciler planlı ve istekli davranmaktadırlar. Bu şekilde davranmak girişimciliğin kumar olmadığını aksine kişisel ve çevresel faktörlere bağlı olarak ortaya çıktığını göstermektedir (Naktiyok, 2004; İşcan ve Kaygın, 2011; s.448). Çevresel yaklaşım incelendiğinde girişimciyi en çok etkileyen unsurlardan birisi kültürdür. Kültür, grupların ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan bir yaşam biçimidir. Girişimci güdülerin ve davranış kalıplarının oluşmasında kültürel yapı önemli bir unsur olarak görülmektedir (Aytaç, 2006; s.153). Çünkü bireyler, yaşadığı toplumun içerisinde kültürel değerlerin taşıyıcı konumundadır (Arıkan, 2004; Durak, 2011; s.195).

### *Firma Yaklaşımı*

Girişimcilik faaliyeti yeni bir işletme kurmanın ötesinde hali hazırda var olan işletme içerisindeki birimleri harekete geçirmeyi de kavramsal olarak bünyesi içerisinde barındırmaktadır. Bu sebepten ötürü firma yaklaşımı, firma içerisindeki var olan faaliyetlere odaklanarak, girişimciliğin yöneticilik boyutu üzerine odaklanmakta ve işletmeler içerisinde yapılan girişimcilik faaliyetlerini irdelemektedir (Durak, 2011; s.199). Bu yaklaşımda girişimci, amaçlarını gerçekleştirebilmek için kurduğu işletmeyi sağlıklı ve düzenli bir şekilde büyütüp geliştirebilmek için profesyonel bir yöneticinin sahip olduğu özelliklere erişebilmelidir (İşcan ve Kaygın, 2011; s.448).

### *Girişimcilik Süreci*

Girişimcilik süreci, yeni ürünler ve yenilikçi hizmetler için yeni fikirlerin oluşturulması, değerlendirilmesi, uygulanması ve ticarileştirilmesi ile ilgilidir. Bu süreç fikir üretme, pazar ve fırsat araştırması, kaynak mobilizasyonu, kaynak temini ve organizasyon yapısı gibi unsurlardan oluşmaktadır (Pınar, 2015; s.77). Girişimci kişiler için girişimcilik süreci bir önsezi ve başlangıç hissinden fazlasını ifade etmektedir. Duyularımızın ve sezgilerimizin hayatın her alanında olduğu gibi girişimcilik sürecinde de yaratıcılık ve yeni fikirler oluşturup yeni fırsatları fark etmek aşamalarında etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Bu dürtüler fırsatları belirleme konusunda kilit bir rol oynamaktadır. Çoğu girişimci bu duygu ve sezgiler ile fikrin değerli olup olmadığını, uygulanabilirliğini ve rasyonelliğini değerlendirmektedir (Stokes, Wilson ve Mador, 2010; s.37-39).

Girişimcilik, bireyin çevredeki fırsatları tanımlaması ile başlayarak fırsatlardan yararlanmak için elindeki kaynakları kullanması ve bu kullanım sonrasında bir değer yaratmasıdır. Herhangi bir örgütsel yapıda meydana gelebilir ve yeni girişimler, hizmetler, piyasalar, süreçler, ürünler ve teknolojilerin meydana gelmesi ile sonuçlanabilmektedir (Morris, 1998; Karabey ve Bingöl, 2010; s.11). Bu değerlin oluşturulabilmesi için belirli riskleri göze alarak girişimcilik olgusuna hazırlanan bireyler bazı süreçlerden geçmektedirler (Erdoğan, 2009; Ceyhan ve Yardımcıoğlu, 2017; s. 166).

Bu süreçler;

- Fırsatların tanımlanması,
- İş planının hazırlanması,
- Kaynakların temini,
- Örgütsel yapının oluşturulmasıdır.

### *Fırsatların Tanımlanması*

Girişimcilik sürecindeki ilk adım fırsatların tanımlanması ile başlamaktadır. Tespit edilen fırsatlar içsel yönelimden ziyade pazar odaklı dışsal bir yönelim gerektirmektedir. Yeni bir iş kurmaya yönelik fikirlerin birçoğu pazardaki birtakım açıkların fark edilmesi ile başlamaktadır. Bu açıklar kişilerin beklentileri ile elde ettikleri arasındaki dengesizlikten oluşmaktadır (Odabaşı vd., 2004; s. 9).

Yeni fırsatların tanımlanabilmesi için bazen de eski fikirlere farklı bir perspektif ile yaklaşmak gerekmektedir. Bazı durumlarda çevresel değişimleri algılayamayan ve gerekli yenilikleri uygulamada yetersiz kalan kişi veya kurumlar önlerine çıkan fırsatları görmekte yetersiz kalabilmektedir. Girişimci düşünce yapısında dışsal baskılar yeni fikirlerin oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır. Dışarıdan gelen bu baskıları şu şekilde sıralamak mümkündür (Ürper, 2004; İltter, 2008; s.20):

- Teknolojik gelişmeler
- Tüketicilerin yeni ürünler için ödeme yapma isteği ve ödeme gücünü değiştiren ve gelişen tüketim ekonomisi
- Yeni tarzlar veya yaşam standartlarını oluşturan sosyal değerler ve ihtiyaçlar
- İşletmelerin rekabet düzeylerini etkileyen siyasi faaliyetler ve kurallar
- Performans kriterleri ve planlama dönemleri

### *İş Planının Hazırlanması*

Ayrıntılı bir iş planı hazırlamak girişimci için büyük maliyetlerden korunmak ve önceden belirlenmiş olan hedeflere hangi düzeyde ulaşıldığını anlamada önemli bir katkı sağlayacaktır. İş planı hazırlamak yatırım objektif olarak



değerlendirilmesine ve eleştirel olarak bakış açıları geliştirilmesine olanak vermektedir (Ceyhan ve Yardımcıoğlu, 2017; s.167).

İş planının hazırlanmasındaki asıl amaçlar; ulaşılmak istenen kişilerin duygu ve düşüncelerini harekete geçirmek, heyecan düzeyini yükseltmek ve kişileri, girişimcinin kendisi de dâhil olmak üzere, motive etmektir. Girişimcilik niyetlerini somut olarak ifade etmek isteyen kişilerin fikirlerini, hedeflerini ve tasarladıkları işi kâğıda dökerek yazılı hale getirmeleri gerekmektedir. Bu sayede girişimcinin kendisi, çevresi ve iş dünyası için fikirlerinde somut olarak görülemeyen veya atlanan noktaların gösterilmesi mümkün olacaktır (Top, 2006; İltter, 2008; s.22).

### *Kaynakların Temini*

Schumpeter' e göre, birey sadece yeni bir kaynak kombinasyonu oluşturduğu sürece girişimci olarak adlandırılabilir. Üretimin temel faktörleri olarak kaynaklar, hammadde, para, beceri ve işgücü ve pazar değişimine katılabilmek için gerekli olan ilişkiler de dâhil olmak üzere birçok şekilde olabilmektedir. Girişimcilik, kaynakları değerlendirmeyi ve bunları yeni kullanım alanlarına aktarmayı gerektirmektedir. Kaynakları birleştirme, uygulama ve işleme girişimciliğin önemli bir özelliğidir (Stokes, Wilson ve Mador, 2010; s.39-40). Kaynakların kullanımı noktasında asıl önemli husus kaynakların miktarı değil mevcut kaynakların kullanımındaki etkinliktir (Odabaşı vd., 2004; s.9).

### *Örgütsel Yapının Oluşturulması*

Girişimcilerin, girişim süreci içerisinde ele geçirdiği fırsatların en verimli şekilde değerlendirilmesi, kullandığı kaynakların ve gösterilen çabanın verimliliği, girişim sürecinin son aşamasına yani girişimcinin yönetsel özelliklerine dayanmaktadır. Bu sebeple girişimcinin, girişimcilik sürecinin ilk aşamasında fırsatları tanımlarken yönetsel unsurları da paralel bir şekilde düşünmesi ve değerlendirmesi gerekmektedir (Berber, 2000; s.26).

Tüm süreçler sonucunda oluşturulan işletmenin ticaret kanununda yer almakta olan şirket türlerinin hangi şekli ile faaliyet göstereceği girişimcinin kendisine ait bir karardır (Ceyhan ve Yardımcıoğlu, 2017; s.167). Girişimcinin oluşturduğu bu örgütsel yapı şahıs şirketi olabileceği gibi sermaye şirketi biçiminde

de faaliyet gösterebilmektedir (Odabaşı vd., 2004; s.9). Örgüt yapısı ve bürokrasi çoğu girişimci için sıkıcı bir mevzu haline geldiğinde bu tür konularla ilgilenmeyi pek istememektedirler ancak faaliyete başlamadan önce örgütsel yapının tespit edilmesi vergiler ve diğer hukuki sorumluluklar yönünden oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca işletmenin alacağı isim, tescil, patent, sosyal güvenlik ve kullanım hakkı gibi konuların da bu süreçte düşünülmesi gerekmektedir (İlter, 2008; s.23).

#### **2.1.2.4. Sokak Lezzetleri Girişimciliği ile İlgili Formal ve İnfomal Eğitimler**

Sokak lezzetleri girişimciliği ile ilgili kamu veya özel kuruluşlardan alınabilecek formal eğitimler ve sosyal yaşantı içerisinde gerçekleşebilecek informal eğitimler olduğu gözlemlenmiştir.

##### **2.1.2.4.1. Sokak Lezzetleri Girişimciliği ile İlgili Formal Eğitimler**

Formal eğitim, belirli bir plana ve programa bağlı olarak gerçekleştirilen ve eğitimin bölümünde uzmanlaşmış kişi veya kişiler tarafından öğrenciye aktarıldığı eğitim türüdür. Eğitim süreci ve eğitimin gerçekleştirileceği ortam, toplum veya kurumlar tarafından uygun bulunan ortamlarda gerçekleştirilmektedir. Sokak lezzetleri ve sokak lezzetleri girişimciliği ile ilgili alınabilecek formal eğitimler bu düzene uygun ve resmi kurumlar tarafından oluşturulmuş kurallarca sürdürülmelidir.

Mevcut literatür incelendiğinde sokak lezzetleri ve sokak lezzetleri girişimcileri üzerine yapılan birçok çalışmada girişim sürecine dahil olmuş bireylerin gıda sağlığı, hijyen ve sanitasyon kurallarını bildiklerini ifade etmelerine rağmen uygulama konusunda çoğu kriterin eksik uygulandığı gözlenmiştir (Karsavuran, 2018; s.249). Dolayısıyla sokak lezzetleri girişimciliği ile ilgili girişim sürecinde bulunan bireylerin temelde daha iyi hizmet ve daha kaliteli bir girişim süreci oluşturabilmeleri adına bir eğitim sürecine dâhil olmaları gerekmektedir. Gıda güvenliği, kalitesi ve mikrobiyolojisi çalışmalarının hemen hepsinde üreticilerin bir eğitim sürecine dâhil olmaları gerektiği vurgulanmaktadır (Karsavuran, 2018; s.251). Dâhil olması gereken formal eğitimler, örgün eğitimler ve yaygın eğitimler olmak üzere iki grupta incelenmektedir.

Sokak lezzetleri girişimciliği üzerine alınabilecek ve satıcının gıda güvenliği, gıda mikrobiyolojisi, hijyen, gıdaların hazırlanması ve saklanması konularında bilgi sahibi olmasını sağlayacak örgün eğitim kurumlarına mesleki ve teknik ortaöğretim kurumları ve yüksek öğretim kurumları örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu kurumlarda faaliyetini sürdürmekte olan gıda teknolojisi, yiyecek-içecek hizmetleri, gastronomi ve mutfak sanatları, aşçılık, gıda mühendisliği gibi bölümler sokakta yiyecek-içecek satmakta olan her bireyin ihtiyacı olan bütün bilgileri sağlamakta ve halk sağlığını tehlikeye atabilecek bütün durumların engellenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu bölümlerin amacı, mesleğin yeterliliklerine sahip meslek elemanları yetiştirmek olduğundan sokak lezzetleri konusunda girişimde bulunmak isteyen veya bulunan bütün satıcılara ve sokak lezzetlerini tüketen her bireye fayda sağlamaktadır.

Sokak lezzetleri girişimciliğinde eğitim imkânı sağlayan diğer bir grup olarak yaygın eğitim kurumları görülmektedir. Yaygın eğitim kurumları olarak T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü bünyesinde faaliyet göstermekte olan halk eğitim merkezlerini ve T.C. Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı olarak faaliyet göstermekte olan özel kursları örnek olarak ele alınabilmektedir. Bu kurumlarda düzenlenmek olan açık alan satıcıları eğitimi, aşçılık, gıda hijyeni ve sanitasyon, yöresel gıda ürünleri yapımı, gıda kontrolü, gıdanın paketlenmesi ve saklanması gibi eğitim ve kurslar satıcıya ihtiyacı olan eğitimi sağlamaktadır.

#### **2.1.2.4.2. Sokak Lezzetleri Girişimciliği İle İlgili İnfomal Eğitimler**

İnfomal eğitim, insan hayatı içerisinde kendiliğinden oluşmuş, amacı ve planlaması olmadan gelişen eğitim türüdür. Bireyler sosyal çevreleri içerisinde karşılaştıkları durumlar veya çevre ile etkileşim sürecinde infomal eğitime dâhil olabilmektedirler. Sokak lezzetleri girişimciliğinde infomal eğitimin gerçekleşme durumları bireyler arasında farklılık gösterebilmektedir. Bireyler bu eğitimlere usta ve çırak ilişkisi içerisinde, aile olarak sürdürülen bir çalışma ortamı içerisinde veya satıcı ve müşteri ilişkileri içerisinde dâhil olabilmektedirler. Sokak lezzetleri satıcılığı genelde bir aile girişimidir. Asya ve Avrupa' da genellikle çiftler, Afrika' da ise aynı cinsten olan akraba veya arkadaşlar birlikte faaliyet göstermektedir (Gözgeç ve Aydemir, 2019; s.3855). Bu sebeple sokak lezzetleri girişimciliğinde

informal eğitim süreci genellikle sosyal çevre içerisinde kendiliğinden gelişim göstermektedir.

## 2.2. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Cortese, Veiros, Feldman ve Cavalli (2015), Brezilya’ da yaptıkları çalışmada şehir merkezinde satılan sokak gıdalarının gıda güvenliği için uluslararası standartlara uygunluğunu değerlendirmek ve sokakta satılan gıdaların güvenilirliğini sağlamak için özel mevzuatın hazırlanmasında kullanılabilecek veriler sağlamayı amaçlamışlardır. Yapılan bu çalışmada sokak satıcılarının demografik profilleri ve satılan ürünler için gıda üretiminin kritik noktalarında kullanılan hijyen uygulamaları araştırılmıştır. Araştırmaya katılan 42 satıcının çoğunlukla sadece ilkokulu bitiren erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Gözlemlenen gıda riskleri arasında satıcıların %12 sinin bozulabilir bileşenler için satış noktasında buz tedarik etmedikleri, %95 inin gıda ve para işlemleri ile tuvalet araları arasında ellerini yıkamadıkları, %91 inin eldiven ve bone kullanmadıkları ve %100 ünün su kaynağına erişimi olmadıkları gözlenmiştir. Ayrıca satıcıların %33 ünün gıda güvenliği ve gıda hijyeni konusunda eğitim almadıkları tespit edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda gıda kaynaklı hastalıkları önlemek için bu bölgelerdeki çevresel koşulların iyileştirilmesine ihtiyaç duyulduğu gösterilmektedir. Tüketiciyi korumak için sokak gıdalarına ilişkin yerel ve ulusal yasaların oluşturulması gerektiği ve satıcıların gıda güvenliği ve kalitesi konusunda eğitim eksikliklerinin giderilmesi vurgulanmıştır.

Vargas ve Munoz (2014), Kolombiya’ da yaptıkları çalışmada Bogota bölgesinde yer alan satıcıların hijyen koşullarını araştırmak ve kamu otoriteleri tarafından belirlenen yasalara uygun olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarında bölgedeki sokak satıcılarının çoğunluğunun eğitim seviyesi düşük kadın satıcılardan oluştuğu görülmektedir. Araştırmada satıcıların çoğu hijyen kurallarını bildiklerini belirtmiş olmalarına rağmen uygulama konusunda eksiklerin olduğu gözlenmiştir. Ayrıca araştırmada satıcıların su kaynağına erişiminde sorunlar olduğu vurgulanmaktadır.

Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), yaptığı çalışmada sokakta satılan gıdaların hijyen ve sanitasyon kurallarına dikkat edilmeden hazırlandığında insan sağlığı açısından oldukça tehlikeli olacağını ve çevresel faktörlerin, su kaynağına erişimin bu tehlikeyi arttıracaklarını vurgulamaktadır. Yapılan bu çalışma içerisinde sokak satıcılarının İyi Kullanım Uygulamaları (GHP), İyi Üretim Uygulamaları (GMP) ve Tehlike Analiz, ve Kritik Kontrol Noktası (HACCP) sistemlerinin birleştirilmiş ve

uygun şekilde hedeflenmiş sürümleri gibi eğitimlerle buluşturulması ile bu tehlikelerin üstesinden gelinebileceği vurgulanmaktadır (FAO, 2011).

Islam ve diğerleri (2015), Bangladeş bölgesinde yaptıkları çalışmada sokak gıdalarından örnekler edinerek yaygın patojenlerin varlığını tespit etmek ve sokak gıdalarında yaygın olarak bulunan bir patojen olan E-Coli' nin moleküler karakterizasyonunu tanımlamışlardır. Dakka şehrinde sabit ve mobil satıcılar olmak üzere 50 adet gıda örneği toplamışlardır. Araştırma sonunda elde edilen verilere dayanarak gıda ürünlerinde saptanan patojenlerin gıda kaynaklı hastalıkların potansiyel nedeni olduğu sonucuna varılmıştır.

Mamun, Rahman ve Turin (2013), yaptıkları çalışmada, Dakka şehrinde faaliyette olan okul temelli sokak satıcıları tarafından satılan yerel gıda maddelerinin mikrobiyolojik kalitesi değerlendirilmiştir. Laboratuvarında analiz edilen 110 okul temelli sokak gıdası örneğinden %44 ünün mikrobiyolojik kriterlerin altında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca eğitim seviyesi düşük olan satıcılardan toplanan gıda örneklerinin eğitim seviyesi daha yüksek olan satıcılardan toplanan gıda örneklerine göre daha çok mikrobiyolojik risk taşıdığı gözlenmiştir.

Choudhury, Mahanta, Goswami, Mazumder ve Pegoo (2010), Hindistan Guwahati' de yaptıkları çalışmada sokak gıda satıcılarının mevcut sosyo-ekonomik durumu ve gıda güvenliği bilgilerini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda gıda satıcılarının sadece %30 unun gıda işleme ve hijyen uygulamalarının haberdar olduğu ve sadece %8 inin gıda kontaminasyon kaynakları hakkında bilgi sahibi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca sokak satıcılarının sosyo-ekonomik durumları ile gıda kalitesi ve hijyen uygulamaları arasında herhangi bir ilişki saptanmamıştır.

Pilz, Uma ve Venkatram (2015), yaptıkları çalışmada, Hindistan' ın Yeni Delhi ve Coimbatore şehirlerinde faaliyet gösteren sokak satıcılarına odaklanmışlardır. Yapılan çalışmada yazarlar informal öğrenmenin özellikle önemli bir mesleki eğitim ve öğretim biçimi olduğunu vurgulamışlardır. Satıcıların örgün eğitim ortamlarında meslek ile ilgili beceri kazanamadıklarını, aile işletmelerinde veya iş başında öğrenmenin daha etkili olacağını belirtmişlerdir. Çalışmaya katılan satıcılar durumlarından oldukça memnun ve gururlu olduklarını dile getirmiş ancak neredeyse yarısı meslekleri ile ilgili bir eğitim almayı istediklerini vurgulamışlardır. Araştırma sonucunda yazarlar sokak satıcılarının zorlu çalışma ortamları ve

saatlerine uygun olarak düzenlenebilecek örgün eğitim programlarının oluşturulmasını önermişlerdir.

Da Silva ve diğerleri (2013), Brazilya sahillerinde yaptıkları çalışmada, sokak satıcılarının sosyo-demografik özellikleri, işin özellikleri ve gıda güvenliği ve hijyen koşulları araştırılmıştır. Çalışmaya katılan satıcıların %48.7 si ilköğretim seviyesinde veya daha düşük bir eğitim düzeyi aldıkları görülmektedir. Çalışma sonucunda satıcıların %38 inin bozulabilir gıda maddelerini soğutma kaplarında muhafaza ettikleri, %26 sının çalışma esnasında ellerini dezenfekte etmedikleri belirtilirken %80.2 sinin yiyecek ve para alışverişini aynı anda ve hijyen kurallarına uymadan gerçekleştirdikleri gözlenmiştir. Çalışma sonuçları sokak lezzetleri sektörünün sosyo-ekonomik önemi ve satıcıların kötü hijyen koşullarını ortaya koymaktadır.

### 3. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın yöntemi, evren ve örneklem, veri toplama araç ve teknikleri, veri toplama süreci ve verilerin analizi hakkında detaylı bilgiler yer almaktadır.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada İzmir ilinde faaliyet göstermekte olan sokak lezzetleri girişimcilerinin; formal ve informal eğitim düzeyleri, gıda sağlığı, gıda kalitesi ve hijyen konuları hakkındaki bilgi düzeyleri ve uygulamalarının mevcut durumu ve bu durumlarda gözlemlenen eksiklikler konusunda neler yapılabileceğine yönelik görüşleri ortaya koymak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır.

Nitel araştırma yöntemi birçok akademik disiplinin yanı sıra özellikle sosyal bilimler içerisinde yaygın olarak kullanılan, sosyal fenomenleri, insan davranışlarını ve bu davranışların temelinde yatan sebeplerin neler olduğunu derinlemesine araştıran ve bu davranışları anlamayı hedefleyen bir araştırma yöntemidir. Nitel bir araştırmanın sonucunda araştırmacı, hedef aldığı toplumun davranışlarını ve motivasyonlarını anlama yolunda birçok veri elde edebilmektedir (Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın, 2015; s.39). İnsanların sahip oldukları duygu, düşünce ya da davranışların sayısal veriler haline getirilip ölçülmesi pek mümkün olmamaktadır. Bu sebepten dolayı nitel araştırma yöntemi araştırmacılar için toplumları ve insanları anlama konusunda büyük bir önem arz etmektedir. Bir davranış biçiminin ortaya çıkmasındaki nedenleri, fiziksel veya duygusal kanıtlar ile anlamayı hedefleyen nitel araştırma yöntemleri mevcut bilgi birikimindeki boşluğu doldurmak adına önem arz etmektedir. Canlıları ya da nesnelere mevcut kalıplara sığdırılmayacak bir küme olarak gören nitel araştırma yöntemleri, sonuçların herkes ya da her nesne için genellenmesinin mümkün olmayacağını savunmakta, her canlı ya da nesne için farklı sonuçların önemi olduğunu vurgulamaktadır (Kozak, 2017; s.86).

Nitel araştırmanın en belirgin özelliklerinden birisi araştırılan olgu, olay veya davranışların doğal ortamlarda meydana gelmesidir. Davranışların veya araştırılan davranışın sebeplerinin gerçekleştiği ortam doğal bir ortam olduğundan dolayı



araştırmacı tarafından manipüle edilemez ve dışarıdan bir müdahale gerçekleştirilemez. Araştırmanın srdrldđđ doğal ortam bir okul sınıfı, mahalle, kent meydanı veya bir evin içerisi olabilir. Bu nedenle nitel araştırma özünde bir saha araştırmasıdır (Büyüköztürk vd., 2016; s.244-245). Bu çalışmada elde edilen veriler İzmirden ilinde faaliyet göstermekte olan sokak lezzetleri satıcılarının deneyimlerinden, mevcut durumlarından ve görüşlerinden elde edilmiştir. Bu bağlamda araştırma içerisinde varılan sonuçlar ve yorumlamalar İzmirden ilinde faaliyet göstermekte olan sokak lezzetleri satıcıları ile sınırlandırılmaktadır.

### 3.2. Evren ve rneklem

Nitel araştırmalarda belirlenen konu ile ilgili verilen birinci elden toplanması gerekmektedir. Ele alınacak olan konu ile ilgili ön bilgiler edinilmeli ve araştırılacak olan alan yakından tanınmalıdır. Araştırma probleminin özelliğine uygun olarak ve araştırmacının sahip olduğu kaynakların sınırlılıklarına göre örneklemin genişliği belirlenmelidir (Yıldırım ve şimşek, 2008; Karataş, 2015; s.69).

Bu çalışmada araştırılan konu ve kişiler dikkate alındığında amaçsal örnekleme türlerinden olan ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Amaçsal rnekleme, seçkisiz olmayan bir örnekleme türüdür. Çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi yönünden zengin olan durumların seçilmesine ve derinlemesine bir araştırma yapılmasına olanak sağlamaktadır. Bu sebeple amaçsal örnekleme, belirli kriterleri taşıyan veya belli özelliklere sahip olan özel durumlar çalışılmak istenildiğinde tercih edilmektedir. Ölçüt örneklemede ise gözleme konu olacak olan birim veya birimler belirli niteliklere sahip olan kişiler, nesnelere, durumlar veya olaylardan oluşturulabilmektedir (Büyüköztürk vd., 2016; s.90-92).

Araştırma İzmirden ilinde faaliyet göstermekte olan sokak lezzetleri girişimcilerini kapsamaktadır. Bu doğrultuda İzmirden' deki kalabalık kamusal alanlar ve çarşılar belirlenmiş ve bu mekânlarda faaliyet göstermekte olan 20 adet sokak lezzetleri girişimcisi ile iletişime geçilmiştir. Bu girişimcilerden 5 tanesi işlerinin yoğun olduğu için vakit ayıramayacaklarını, 2 tanesi pandemi sebebiyle görüşme gerçekleştirmek istemediklerini, 1 tanesi bilgilerinin yayınlanmasını istemediğini belirtmiştir. Geriye kalan 12 adet sokak lezzetleri girişimcisi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

### **3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri**

Bu araştırmada sokak lezzetleri girişimcilerine yönelik formal ve informal eğitim durumlarının belirlenmesi, hijyen ve gıda kalitesi gibi konularda ne kadar bilgi sahibi oldukları ve hangi düzeyde uygulandığı ve sokak lezzetleri girişimciliğine neden eğilim gösterdikleri gibi sorulara cevap alabilmek amacıyla literatür taraması yapılarak görüşme formu hazırlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu, görüşülen kişiye kendini özgürce ifade etme imkânı vermesi ve gerektiğinde sorulara derinlemesine ve daha açık cevaplar sağlaması açasından nitel araştırmalarda çoğunlukla tercih edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2016; s.154). Bu avantajlarından dolayı sokak lezzetleri girişimcilerinin kendilerine yöneltilen sorulara daha açık cevaplar verebilmesi ve kendilerini daha özgürce ifade edebilmeleri için yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır.

Görüřme formunun hazırlanması aşamasında ilgili literatür taranmış ve daha önceki araştırmalar incelenerek sorular ve görüşme formunun yapısı belirlenmiştir. Görüřme aşamasına gečilmeden önce görüşmenin gerçekleştirileceği kişilerin fikirleri ve önerileri de alınarak görüşme formu son halini almıştır. Hazırlanan görüşme formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcının demografi özelliklerine yer verilmektedir. İkinci bölümde katılımcıyı sokak lezzetleri girişimciliğine iten sebepler ve işletmesi hakkında bilgilere yer verilmektedir. Üçüncü bölümde satılan ürünler ve bu ürünlerin hazırlanma aşamaları ayrıca girişimcilerin denetim süreçleri hakkındaki bilgilere yer verilmektedir. Dördüncü bölümde ise katılımcının formal ve informal eğitim düzeyi, formal ve informal eğitim hakkındaki düşünceleri ve bu tür eğitimlere katılma arzusu hakkındaki bilgilere yer verilmektedir.

### **3.4. Veri Toplama Süreci**

Araştırma doğrultusunda görüşme yapılacak olan kişiler belirlenmiş ve 15 Nisan 2020 – 30 Nisan 2020 tarihleri arasında katılımcılar ile buluşma gerçekleştirilerek araştırmanın konusu ve kendilerine yöneltilcek olan sorular hakkında bilgiler verilmiş ve görüşleri alınmıştır. Ayrıca katılımcılar ile bir sonraki görüşme tarihleri belirlenmiş ve 15 Haziran 2020 – 30 Haziran 2020 tarihleri arasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Bu çalışma sürecinde elde edilen veriler, sokak lezzetleri girişimcileri ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile analiz edilmiştir. Verilerin analiz edilmesi aşamasında MAXQDA nitel analiz programı kullanılmıştır. Betimsel analizde, yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, önceden belirlenmiş olan temalar altında özetlenir ve yorumlama yapılır. Betimsel analiz yönteminde veri kaynaklarından alıntılar kullanmak çalışmanın güvenilirliği açısından fayda sağlamaktadır. Veri kaynaklarından alıntılar kullanmak görüşmecinin sağladığı çarpıcı görüşlerin yansıtılmasına olanak vermektedir. Betimsel analiz yönteminde temel amaç, elde edilen verileri okuyucunun anlayabileceği ve istekleri doğrultusunda kullanabilecekleri bir şekle sokmaktır. Bu amaçla elde edilen veriler mantık doğrultusunda sıralanır ve yapılan betimlemeler (sınıflandırmalar) yorumlanarak sonuçlara ulaşılmaktadır. Analizin son aşamasında ise araştırmacı yorumlamalar ışığında gelecek ile ilgili varsayımlarda bulunarak yeni açılımlara ulaşmaya çalışmaktadır (Coşkun vd., 2015; s.324).

### **Geçerlilik ve Güvenilirlik**

Nitel araştırmalar, öznel duygu ve düşünceleri barındırma riski ve geçerlik ve güvenilirliğin düşük olması bakımından birçok defa eleştiriye maruz kalmaktadır. Bu eleştiriler genellikle elde edilen verilerin ve yapılan yorumlamaların düşük niteliğe sahip olduğu düşüncesine ve güvenilirlik konusunda nicel araştırma yöntemlerindeki gibi yaygın olarak kullanılan yöntem ve testlerin mevcut olmamasına dayandırılmaktadır. Ancak veri elde etmenin zor olduğu ve konu olarak işlenen fenomenler ile ilgili bütüncül bir bakış açısı sunmakta olan nitel araştırmalara yönelik bu eleştirilerin pek adil olmadığı söylenebilmektedir. Yapılan eleştirilerin aksine nitel araştırma yöntemleri sosyal hayatımızdaki anlam ve deneyim boyutlarını inceleme konusunda oldukça etkilidir çünkü nitel araştırma yöntemlerinin doğası, istatistiksel veya deneysel hesaplamalara dayanmamaktadır (Arastaman, Ö. Fidan ve Fidan, 2018; s.47).

Lincoln ve Guba, genellikle nicel araştırmalarda kullanılmakta olan geçerlilik (validity) ve güvenilirlik (reliability) kavramlarının yerine nitel araştırmalarda kullanılması üzere inandırıcılık anlamını barındıran "trustworthiness" kavramını kullanmıştır. Lincoln ve Guba ilk çalışmalarında nitel araştırmaların kalitesini değerlendirmek için farklı prensipler belirlemiş olsalar da bu prensipleri daha sonraları inanılrlık, güvenilebilirlik, onaylanabilirlik ve aktarılabilirlik gibi yöntemler olmak üzere dört ana başlık altında toplamıştır (Güler, Halıcioğlu ve Taşgın, 2015; s.376). Bu yöntemler aşağıdaki izelge 10' da gösterilmektedir.

**Çizelge 10: Nitel Araştırmaların İnanđırıcılıęı İçin Kullanılan Yöntemler**

<b>Faktör</b>	<b>Nitel Versiyonlar</b>	<b>Yöntemler</b>
<b>İ Geçerlilik</b>	İnanılrlık: Sonuçlar inandırıcı mı?	Uzun süreli etkileşim Araştırmacı önyargılarını azaltma Katılımcı teyidi üçgenleme
<b>Dış Geçerlilik</b>	Aktarılabilirlik: Sonuçlar diğer kişi ve durumlara aktarılabilir mi?	Amaçlı rneklem Dahil etme/dışlama kriterleri Ortamın ayrıntılı tanıtımı Katılımcıların ayrıntılı tanıtımı
<b>Güvenirlilik</b>	Güvenilebilirlik: Çalışma benzer koşullarda benzer katılımcılarla tekrarlandığında sonuçlar benzer mi?	Denetleme yolu Literatür Araştırma yöntemlerinin ayrıntılı tanıtımı genleme Başka bir araştırmacının süreç ve sonuçları incelemesi
<b>Objektiflik</b>	Onaylanabilirlik: nyargılar azaltılarak objektiflik artırıldı mı?	Araştırmacı önyargılarını azaltma genleme

## **İnanılrlık**

İnanılrlık veya inandırıcılık, araştırma kapsamında toplanan verilerin inandırıcılığı ve doğruluğu anlamına gelmektedir. Nicel araştırma yöntemlerinde kullanılan iç geçerlilik kavramı ile aynı anlama gelen bu kavramın barındırdığı anlam, araştırmacıların elde ettikleri verilerin ve ulaşılan sonuçların, katılımcıların söylemlerini ne kadar yansıttığı ile alakalıdır (Güler, Halıcıoğlu ve Taşğın, 2015; s.376-377). İnanılrlığı artırmak için pek çok yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemler, uzun süreli etkileşim, uzman incelemesi ve katılımcı teyididir (Holloway ve Wheeler, 1996; Başkale, 2016; s.23).

**Uzun Süreli Etkileşim:** Bu süreç araştırmaya başlamadan önce verilerin toplanacağı çevre, mekân, fenomenler ve katılımcılar hakkında derinlemesine bilgilere ulaşmak için yapılan saha ziyaretlerini ve araştırmanın ileriki evrelerinde görüşme ve yorumlamaların çarpıtılmasına neden olabilecek hususları tespit etme evrelerini kapsamaktadır (Arastaman vd., 2018; s.52). Yapılan çalışmamızda da araştırılmak istenen konu ile ilgili mekânlar ve görüşme yapılacak olan sokak satıcıları ile görüşme öncesinde temasa geçilmiş ve gözlenmiştir. Görüşme yapılacak olan satıcılara araştırma ile ilgili bilgi verilmiş ve hazırlanan görüşme soruları hakkındaki görüşleri alınmıştır.

**Katılımcı Teyidi:** Araştırma süresi boyunca toplanan verilerin yorumlanması sürecinde farklı sonuçlara ulaşmak mümkündür. Öznel varsayımlar, önyargılar ve yanlış anlaşılımlar bu tür durumlara sebep olabilmektedir. Bu tür durumlarla karşılaşmamak için teyit mekanizmaları kullanmak önem arz etmektedir (Okuyan, Kapçak ve Sarpkaya, 2016). Çalışma sonunda elde edilen bulgular ve yorumlamalar düzenlendikten sonra katılımcılar ile paylaşılmış ve yanlış anlaşılımlar ve yorumlamalar düzeltilmiştir.

## **Aktarılabirlik**

Nitel çalışmalar genelleme amacı barındırmamaktadır. Nitel araştırmalarda bütün etkileşimler genellikle bireyin durumunu anlamaya yönelik olarak gelişmektedir. Ancak okuyucuların araştırma sonuçlarını kendi çalışmalarında kullanabilmeleri için katılımcıların yaşadığı deneyimler ayrıntılı olarak aktarılmalıdır. Bu sebeple nitel araştırmalarda aktarılabirliği sağlamak ve

kanıtlamak için örneklem seçiminin nasıl yapıldığı, katılımcıların özellikleri ve ortam açıkça gösterilmeli ve belirtilmelidir (Başkale, 2016; s.26).

**Amaçsal Örnekleme:** Bu örnekleme türü nitel çalışmalarda amaca bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların derinlemesine incelenmesine olanak tanımaktadır. Belirli ölçütleri karşılayan veya belirli özellikleri taşıdığına inanılan bir veya daha fazla özel durumu araştırmak istenildiğinde tercih edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2016; s.90). Çalışmada örneklem seçimi yapılırken sokak lezzetleri satıcılığında uzun süredir faaliyet gösteren, deneyim sahibi girişimciler gözlenmiş ve katılımcı seçimi konusunda bu hususa dikkat edilmiştir.

**Ayrıntılı Betimleme:** İçerik konusunda okuyucuya yeteri bilginin verilmesi, ham verilerin oluşturulan temalara uygun biçimde yeniden düzenlenerek ancak yorum katılmadan alıntılar ile aktarılması hususlarını içermektedir. Amacına uygun olarak doğrudan alıntı yapmak araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Okuyucular yapılan ayrıntılı betimlemeler ile verilerin elde edildiği ortamları zihninde canlandırabilir ve kendi çalışmaları için bu ortamdan elde edilen sonuçlar sayesinde bir ön değerlendirme yapabilmektedir. Bu yöntem ile çalışmanın sonuçları ve hipotezleri yapılacak olan sonraki çalışmalar için aktarılabilir hale gelmektedir (Başkale, 2016; s.26). Yapılan bu çalışmada ise elde edilen veriler doğrudan alıntı yolu ile okuyucuya aktarılmıştır.

### **Güvenilebilirlik**

Nitel çalışmalarda güvenilebilirlik ölçütü araştırma bulgularının ve yorumlamaların tutarlı bir sürecin ürünü olduğu ifade etmektedir. Başka bir ifade ile verilerin elde edilme sürecinin olabildiğinde açık ve tekrar edilebilir olması gerektiği olarak anlaşılabilir (Arastaman vd.; 2018: s.60). Bir çalışmanın iç geçerliliğini artırma konusundaki en çok bilinen ve uygulanan stratejilerden birisi de üçgenleme yöntemidir. Üçgenleme yöntemi, iki ya da daha fazla veri toplama yönteminin veya veri kaynağının sonuçlarının karşılaştırılmasını ifade etmektedir. Bu şekilde yöntemlerden birisinin zayıf yönü diğer yöntemin güçlü yönü ile telafi edilebilmektedir (Başkale, 2016; s.25). Bu çalışmada sokak lezzetleri girişimcileri ile görüşmelerin gerçekleştirilme aşamasından önceki ve sonraki süreçlerde de faaliyet gösterdikleri mekânlarda gözlemler yapılmış ve araştırma verilerinde tutarlıklar sağlanmaya çalışılmıştır.

### **Onaylanabilirlik**

Burada temel amaç araştırma sırasında elde edilen verilerin eksiksiz bir şekilde yansıtılmasına olanak sağlamaktır. Araştırmacı elde ettiği verileri not alarak, ses kayıt cihazı ve benzeri yöntemler kullanarak kayıt altında tutmalıdır (Başkale, 2016; 25). Araştırma sırasında elde edilen veriler ses ve görüntü kayıt cihazı kullanılarak kayıt altına alınmış, elde edilen veriler yazıya dökülmüş ve ses ve görüntü kayıtları ile yazılı hale getirilen görüşmeler iki uzman tarafından kontrol edilmiş ve onayları alınmıştır. Araştırma sırasında İzmir Büyükşehir Belediyesi yetkililer ile görüşmeler yapılmış ve işgaliye ücreti ödeyen sokak lezzetleri girişimcilerinin faaliyetleri ile ilgili bilgilere ulaşılmıştır.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmaya katılan sokak lezzetleri girişimcilerinin demografik özellikleri Çizelge 11’ de verilmiştir. Araştırmaya toplam 12 kişi katılım sağlamıştır. Görüşme yapılan kişilerin gizliliklerini korumak amacıyla katılımcılara K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11 ve K12 şeklinde kodlama yapılmıştır. Katılımcıların 1 tanesi kadın 11 tanesi erkektir. Katılımcıların 3 tanesi ilkököl, 2 tanesi ortaokul, 5 tanesi lise ve 2 tanesi üniversite mezunudur. Sokak lezzetleri konusundaki tecrübeleri incelendiğinde katılımcıların en az 3 yıllık, en fazla 37 yıllık tecrübeye sahip olduğu görülmektedir. Yapılan gözlemler sonucunda katılımcıların en az 7 en fazla 14 saat çalıştığı gözlenmiş, bir katılımcı ise vardiyalı olarak arkadaşı ile birlikte faaliyetini sürdürdüğü için 7 gün 24 saat işletmenin açık olduğunu aktarmıştır.

Çizelge 11: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Sokak Lezzetleri Tecrübesi
<b>K1</b>	Erkek	35	Evli	Lise	3 Yıl
<b>K2</b>	Erkek	49	Evli	İlkokul	37 Yıl
<b>K3</b>	Erkek	33	Evli	Ortaokul	7 Yıl
<b>K4</b>	Erkek	37	Evli	Ortaokul	22 Yıl
<b>K5</b>	Erkek	50	Evli	Lise	10 Yıl
<b>K6</b>	Erkek	48	Evli	Lise	26 Yıl
<b>K7</b>	Erkek	50	Evli	İlkokul	20 Yıl
<b>K8</b>	Erkek	55	Evli	İlkokul	30 Yıl
<b>K9</b>	Erkek	29	Evli	Üniversite	20 Yıl
<b>K10</b>	Erkek	46	Evli	Lise	12 Yıl
<b>K11</b>	Erkek	34	Evli	Lise	6 Yıl
<b>K12</b>	Kadın	28	Evli	Üniversite	3 Yıl



**Çizelge 12: Katılımcı Girişimcilerinin Sattığı Ürünler**

<b>Katılımcı</b>	<b>Satılan Ürün</b>
K1	Midye Dolma
K2	Çiğköfte
K3	Tantuni
K4	İzmir Kumru
K5	Çiğköfte
K6	Pide ve Lahmacun
K7	Gözleme
K8	Et Döner
K9	Sögüş ve Tantuni
K10	Tavuklu Pilav
K11	Gevrek ve Boyoz
K12	Bardak Mısır

Katılımcıların sattıkları ürünler incelendiğinde K1 midye dolma, K2 ve K5 çiğköfte, K3 tantuni, K4 İzmir kumru, K6 pide ve lahmacun çeşitleri, K7 gözleme, K8 et döner, K9 söğüş ve tantuni, K10 tavuklu pilav, K11 gevrek ve boyoz, K12 bardak mısır sattığı görülmektedir.

Çizelge 13: Katılımcıları Sokak Lezzetleri Girişimciliğine İten Sebepler

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Katılımcıları sokak lezzetleri girişimciliğine iten sebepler	Aile mesleğini devam ettirme	Baba mesleği olduğu için bu bir aile geleneği. Yaklaşık 40-50 senedir bu işi yapıyoruz. Ben de evin tek oğlu olduğum için devam ettirmek istiyorum. (K9). Eniştem bu işi yapıyordu beni bir gün arabanın başına koydu gitti. Ondan sonra da ben devam ettirdim. (K8).
	Ekonomik sebepler	Memurdum ben Tariş' te çalışıyordum boşta kaldım sonra aklıma bu iş geldi girdim bu işe. On senedir bu işi yapıyorum. (K5). Ben bu işe 23 yaşında askerden geldikten sonra başladım. Başlamamın sebebi de bizim köyde bir iş bulamadığım için kendimi şehre atmak zorunda kaldım. (K6).
	Bireysel ilgi duyması	Çocukluktan beri aşçı olmak istiyordum. Çeşitli işlerde çalıştım ama en çok istediğim bir şey üretip insanlara en lezzetleri şeyleri sunmaktı. Bunu da bu şekilde değerlendirdim. (K10).
	Farklı yatırım yapma isteği	Beni bu işe iten durum şu oldu öncelikle buralarda tantuniye talep sıfırdı. Öğrencilerin de gelirken farklı kültürlere açık olması beni bu işe itti. (K3).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 6 katılımcı aile mesleğini devam ettirdiğini, 4 katılımcı ekonomik sebepler dolayısıyla sokak lezzetleri işini yaptığını, bir katılımcı bireysel ilgi duymasından dolayı ve bir katılımcı ise farklı yatırım yapmak isteğinden dolayı sokak lezzetleri konusunda çalıştığını söylemiştir. Görüşme formundaki soru ‘ ‘ Sizi sokak lezzetleri girişimciliğine iten sebepler ve karar verme süreciniz hakkında bilgi verir misiniz? ‘ ‘ şeklindedir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonunda dört adet alt kategori ortaya çıkmıştır. Girişimcileri sokak lezzetleri konusunda girişimcilik faaliyetlerine iten en önemli unsurun aile mesleğini devam ettirmek olduğu görülmektedir. Bu konuda sırasıyla ekonomik sebepler ve bireysel ilgi ile farklı yatırım yapma isteği gibi unsurların etkili olduğu görülmektedir.

Çizelge 14: İşin Araştırılma Süreci İle İlgili Bulgular

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
İşin araştırılma süreci ile ilgili bulgular	Plansız yatırım gerçekleştirme	Hiçbir araştırma yapmadım. Pilavı da kendim yaptım. Kendi tarifimi oluşturdum. (K10). Araştırmaya fırsatımız bile olmadı. Askerden geldim öylesine enişteme yardım edeyim dedim arabayı bana bıraktı gitti. (K8).
	Aileden tecrübeye sahip olma	Baba mesleği olduğu için aynı dükkânda aynı şekilde devam ediyoruz bir araştırma sürecim olmadı o yüzden. (K9). Açıkçası bir araştırma yapmadım. Amcam gel işleri devral dedi ben de bu vesileyle başladım. (K11)
	İş planı hazırlama	Burayı açmadan önce bir tantunici vardı. Biz dükkânı açmadan dört sene önce onun kapattığını gördüm. Onu biraz gözlemlerdim ve iş yapamamasının sebebinin yetersiz kadro olduğunu fark ettim. İşler çok iyiydi ama yönetemedi. Buradaki öğrencilerin potansiyelini de fark ettiğim için bu işe başlama kararı aldım. (K3). Kendi dükkânımı açmadan önce amcamın oğluyla beraber bir işletme açtık orada iyice öğrendim her şeyi ondan sonra kendi dükkânımı açtım. (K6).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 5 girişimcinin plansız yatırım gerçekleştirdiği, 5 girişimcinin aileden tecrübeye sahip olduğu için işi bildiği ve 2 girişimcinin de iş planı hazırladığı görülmektedir. Görüşme formundaki soru ‘ Sokak lezzetleri girişimciliğine başlamadan önce bir araştırma süreciniz oldu mu? ’ şeklindedir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonunda 3 adet alt kategori ortaya

çıkmiştir. Bu kategorilere göre plansız yatırım gerçekleştirme ve aileden tecrübeye sahip olma gibi unsurların ağırlıkta olduğu ve iş planı konusunda pek önem verilmediği görülmektedir.

**Çizelge 15: Girişimcilerin Finansman Kaynakları İle İlgili Bulgular**

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Finansman kaynakları	Devam eden aile işletmesi	Babamdan kaldı zaten dükkânımız. Değişime de gitmedik nasıl teslim aldıysak o şekilde devam ediyoruz. (K2). Babamdan kaldığı için bir sermaye ihtiyacımız olmadı ama tabi biz sonradan biraz değişiklikler yaptık. (K9).
	Kendi birikimi	Kendi birikimim vardı onu kullandım biraz arkadaşlardan borç alarak başladım. (K1). Çalışırken bir miktar para biriktirmiştım kalanını da eşten dosttan borç alarak yaptık. (K6).
	Banka kredisi	Paramız yoktu eş dost kredi çekti bizim adımıza. (K7). Banka kredisi çektim. (K10).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 2 girişimcinin devam eden aile işletmesi olduğundan dolayı sermaye ihtiyacının olmadığı, 8 girişimcinin kendi birikimi ile yeni bir işletme açtığı ve 2 girişimcinin de bankadan kredi çektiği görülmektedir. Görüşme formundaki soru “ Yatırım sürecinde finansman ihtiyacınızı nasıl karşıladınız? ” şeklindedir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonunda 3 adet alt kategori ortaya çıkmıştır. Yeni bir işletme açarken girişimcilerin çoğunlukla kendi birikimlerini kullandıkları ve borç alacakları zaman banka kredisi yerine öncelikle arkadaş çevrelerinden talep ettikleri görülmektedir.

**Çizelge 16: Girişimcilerin Yatırım Sürecinde Karşılaştıkları Zorluklar**

<b>Ana Kategori</b>	<b>Alt Kategori</b>	<b>Örnek Alıntılar</b>
Girişimcilerin yatırım sürecinde karşılaştıkları zorluklar	Bürokratik zorluklar	Ruhsatı alırken bir zorluk yaşadık. Herkes imzasını attı mesela benim bir hemşerim vardı o imzasını atmadı. Onunla uğraştık biraz. (K6).
	Ekonomik zorluklar	Tabi sorun yaşadım. Yatırım yapıyorsun maddi olarak karşılığını almak da süre istiyor. (K10). Dükânı açtığım zaman zorluk yaşadık. İş yapamadık ilk üç ay. (K8).
	Ailevi zorluklar	Ailevi sıkıntılar yaşandı. Özellikle de gıda sektöründe sosyal hayat sıfır o yönden çok zorluklar yaşandı. (K4).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 1 girişimcinin bürokratik zorluklar yaşadığı, 2 girişimcinin ekonomik zorluklarla karşılaştığı, 1 girişimcinin ailevi zorluklar yaşadığı ve 8 girişimcinin hiçbir zorluk yaşamadığı görülmüştür. Görüşme formundaki soru “ Yatırım sürecinde karşılaştığınız zorluklardan bahsedermisiniz? ” şeklindedir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonunda 3 adet alt kategori ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çoğunluğu girişim sürecinde herhangi bir zorluk yaşamadığını belirtmektedir. Girişimciler en çok ekonomik olarak sorun yaşadığını aktarmışlardır.

**Çizelge 17: Girişimcilerin Faaliyetlerini Sürdürdükleri Mekânlara Yönelik Bulgular**

<b>Ana Kategori</b>	<b>Alt Kategori</b>	<b>Örnek Alıntılar</b>
Girişimcilerin faaliyetlerini sürdürdükleri mekânlara yönelik bulgular	Dükkân içerisinde sürdürülen faaliyet	1990 yılından beri aynı yerdeyiz. Seyyardan sonra dükkânda devam ediyoruz. (K2). Mekânımız 2001 yılında açıldı sadece söğüş üzerine. 2006 yılında kokoreç de ekledik. 19 yıllık bir mekân. (K9).
	Tezgâhta sürdürülen faaliyet	Bankadan kredi çekip bu aracı aldım. Zaten ruhsatı vardı aracın. Bulunduğu yer de oldukça işlek bir yer. Arabasıyla yanaşır herkes yiyebiliyor. (K10). Bu gördüğün tezgâhta çalışıyoruz zaten sürekli aynı yerdeyiz. (K11).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 10 girişimcinin kapalı bir dükkânda faaliyetlerini sürdürdüğü, 2 girişimcinin de tezgâhta faaliyetini devam ettirdiği görülmüştür. Görüşme formundaki soru “ Hizmetinizi sürdürdüğünüz mekân hakkında bilgi verir misiniz? ” şeklindedir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonunda 2 adet alt kategori ortaya çıkmıştır. Görüşmeler sırasında pandemi dönemi sebebiyle tezgâhta faaliyet sürdüren satıcıların genelde kapalı oldukları görülmüştür. Girişimcilerin çoğunluğunun dükkânlarda hizmet vermeyi tercih ettiği görülmektedir.

Sokak lezzetleri girişimcilerinin hizmet verdikleri mekanlar ile ilgili fotoğraflar aşağıdaki Şekil 2’ de gösterilmektedir.

Şekil 2: Sokak Lezzetleri Girişimcilerinin Hizmet Verdikleri Mekânlar



Kaynak: Fotoğraflar yazar tarafından çekilmiştir.

**Çizelge 18: Girişimcilerin Faaliyetlerini Sürdüğü Bireylere Yönelik Bulgular**

<b>Ana Kategori</b>	<b>Alt Kategori</b>	<b>Örnek Alıntılar</b>
Faaliyette bulunan bireyler	Tek başına sürdürülen faaliyet	Burayı ilk açtığımızda biraderle ortaklık. Daha sonra o ayrıldı ben tek başıma devam ettim. (K6). Arada arkadaşlar geliyor ama çok zor bir iş değil sonuç olarak o yüzden tek çalışıyorum diyebiliriz. (K11).
	Aile ile birlikte sürdürülen faaliyet	İmalat yerinde aile üyelerimiz çalışıyor. (K1). Hanım var çocuklar geliyor yardıma aile olarak çalışıyoruz. (K8). Babamla beraber çalışıyoruz. O başımızda duruyor biz işi yapıyoruz. (K9).
	Arkadaş çevresi ile sürdürülen faaliyet	Arkadaşlarım ve akrabalarım ile birlikte çalışıyorum. (K4).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 4 girişimcinin faaliyetlerini tek başına sürdürdüğü, 7 girişimcinin faaliyetlerini ailesi ile birlikte sürdürdüğü ve 1 girişimcinin de faaliyetlerini arkadaş çevresi ile birlikte sürdürdüğü görülmüştür. Görüşme formundaki soru ‘ ‘ Birlikte çalıştığımız aile bireyleri veya arkadaşlarımız var mı yoksa faaliyetlerinizi tek başınıza mı sürdürüyorsunuz? ‘ ‘ şeklindedir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonunda 3 adet alt kategori ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler içerisinde girişimcilerin en çok aileleri ile birlikte çalıştığı görülmektedir.



Çizelge 19: Ürünlerin Hazırlandığı Yer İle İlgili Bulgular

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Ürünlerin hazırlandığı yer ile ilgili bulgular	Dışarıdan hazır gelen ürünler	Kokoreç için belgeli sarıcımız var onu o getiriyor. Kelle de belgeli bir yerden geliyor biz sadece ayıklamasını yapıyoruz. (K9). Anlaşmalı olduğumuz fırınlar var ürünleri oradan temin ediyoruz. (K11)
	İşletmede içerisinde hazırlanan ürünler	Çiğköfte burada yoğrulup hazırlanıyor müşterinin gözü önünde. (K2). Mutfağımız açık alanda her şeyi göz önünde yapıyoruz. (K3). Döneri kendim hazırlıyorum burada her şeyi kendimiz yapıyoruz. Eti alıyoruz döneri kendimiz diziyoruz. (K8).
	İmalatı işletme dışında yapılan ürünler	Bizim iki katlı imalathanemiz var. Alt katında midyeler temizlenir üst katında da sarma ve pişirme işlemleri yapılır. (K1). Evde hazırlıyoruz ürünleri. Bir gece önceden yapmaya başlıyoruz zaten. (K10).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 3 girişimcinin ürünlerini dışarıdan hazır olarak alıp sattığı, 7 girişimcinin ürünlerini işletme içerisinde kendisinin hazırladığı ve 2 girişimcinin de ürün imalatını işletme dışında farklı bir yerde gerçekleştirdiği görülmüştür. Görüşme formundaki soru “ Ürünlerinizi hazırladığınız yer ve hazırlanma aşamaları hakkında bilgi verir misiniz? ” şeklindedir. Bu soruya verilen cevapların analizi sonunda 3 adet alt kategori ortaya çıkmıştır.

Çizelge 20: İşletmelere Yapılan Denetimler İle İlgili Bulgular

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
İşletmelere yapılan denetimler ile ilgili bulgular	T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın denetim gerçekleştirdiği işletmeler	Gıda ve Tarım Bakanlığı'na kaydımız var oradan geliyorlar iki üç ayda bir. (K2). Pandemi süreci başladıktan beri sürekli bir denetleme yapılıyor. Gıda ve Tarım Bakanlığı'ndan geliyorlar. (K4).
	Zabıta ekiplerinin denetim gerçekleştirdiği işletmeler	Zabıta geliyor sadece aracın ruhsatını kontrol ediyor. (K10).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 11 girişimcinin denetimlere Gıda ve Tarım Bakanlığı tarafından yetkilendirilen personelin geldiğini, 1 girişimcinin ise denetimin sadece zabıta ekipleri tarafından yapıldığını bildirdiği görülmüştür. Görüşme formundaki soru ‘‘ Ürünleriniz hakkında herhangi bir denetim düzenleniyor mu? Bu denetimler kimler tarafından ve nasıl gerçekleştiriliyor’’ şeklindedir. Sokak lezzetleri girişimcilerine yapılan denetimlerin T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yapıldığı görülmektedir. Tezgâhlarda çalışan girişimciler ise buldukları belediyelere işgaliye ücreti ödeyerek faaliyetlerine devam etmektedir.

Çizelge 21: Girişimcilerin Formal ve İnfomal Eğitim Durumları ve Bu Eğitimin Sağladığı Katkılar Hakkındaki Düşüncelerine Yönelik Bulgular

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Girişimcilerin formal ve infomal eğitim durumları ve bu eğitimlerin sağladığı katkılar hakkındaki düşüncelerine yönelik bulgular	Formal eğitim alan girişimciler ve görüşleri	<p>Bu işle ilgili formal eğitim olarak sadece hijyen kursuna gittim. Onun haricinde bir eğitimim olmadı. Hijyen kursunda çok şey öğrendim mesela öğrendiklerimi de burada uyguluyorum şimdi. (K12).</p> <p>Hijyen eğitimi aldık bağlı olduğumuz odadan üç ay boyunca. İnfomal eğitimin katkısı daha iyi olur bence. Bizim zamanımızda okullar kapanınca çocuklar çalışmaya giderdi dönercinin yanına köftecinin yanına orada meslek öğrenirlerdir. Şimdi tabi eskisi gibi alttan yetişen usta çırak ilişkisi yok artık. (K5)</p>
	İnfomal eğitim alan girişimciler ve görüşleri	<p>Benim formal bir eğitimim olmadı bununla ilgili eğitim genelde babadan oğula ustadan çırağa geçer. Biz de ailemin yaptığı iş olduğu için temelden yetiştik. Temeli sağlam olan bir bina yıkılmaz. (K1).</p> <p>Bizim hem yöresel bir yemeğimiz olduğundan hem de babadan gördüğümüz için öyle bir infomal eğitimimiz oldu. babadan gördüğümüz neyse onu yaptık biz. Bu meslekte en önemli şey istikrardır. (K2).</p>

Çizelge 21' in devamıdır.

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Girişimcilerin formal ve informal eğitim durumları ve bu eğitimlerin sağladığı katkılar hakkındaki düşüncelerine yönelik bulgular	İki eğitim türüne de katılım sağlayan girişimciler ve görüşleri	Özellikle hijyen konusunda çok eğitimimiz oldu. Ustalık belgesi aldık. Kurslarda gördüğümüz eğitimi de işletmedeki arkadaşlarla paylaşıyorum. Eğitim insanların davranışını bile etkiliyor. İnfomal olarak aileden gelen bir meslek zaten. Babadan abiden gördük. Abimiz de meşhur bir işletmenin imalat bölümünde ustabaşısıdır. (K4). Hijyen konulu eğitimlerin hepsine katıldık. Babam sayesinde informal eğitim de oldu. Küçüklükten yetişiyorsun ve en ince ayrıntısına kadar görüyorsun. Ondan sonra da gördüğün eksikliklerin üstüne koyup kendini geliştirmeye çalışıyorsun. Bu işte en önemli şey o yani kendini geliştirmen lazım. (K9).
	Hiçbir eğitim türüne katılım sağlamayan girişimciler ve görüşleri	Hijyen belgesi alman lazım diyorlar denetime geldiklerinde ama ben almadım zamanım da olmuyor zaten. Bana ne öğretecekler ki ben yıllardır bu işin içindeyim. İnfomal eğitimim de olmadı. Eniştem tezgâhın önüne koydu beni gitti. Ne öğrendiysem kendim öğrendim hiç yardım eden olmadı. (K8).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 3 girişimcinin formal eğitim aldığı, 5 girişimcinin informal eğitim aldığı, 3 girişimcinin her iki eğitim türüne de katılım gösterdiği ve 1 girişimcinin ise hiçbir eğitim türüne katılım göstermediği görülmektedir. Formal eğitim alan girişimciler aldıkları eğitimlerin işletmeleri ve kendileri için oldukça faydalı olduğunu dile getirmişlerdir. Her iki eğitim türüne ve

sadece informal eğitim türüne katılım sağlayan girişimciler ise, informal eğitimin daha faydalı olduğunu, sokak lezzetleri konusunda birikimin ve alt yapının formal bilgilerden daha önemli olduğunu dile getirmektedir.

**Çizelge 22: Girişimcilerin Formal Eğitimlere Katılım Sağlama Konusundaki Görüşleri**

Ana Kategori	Alt Kategori	Örnek Alıntılar
Girişimcilerin formal eğitimlere katılım sağlama konusundaki görüşleri	Katılım sağlamak isteyen girişimciler	Her gün çalıştığım için kursa gitmem biraz zor ama gidebilecek olsam kesinlikle giderim çünkü çalışmama daha fazla bilgi katacağına inanıyorum. (K11). Yenilik her zaman iyidir isteriz tabi ama sınav sisteminin değişmesi lazım. Ben mesela yıllardır bu işi yapıyorum belgeler alıyorum sonra bir bakıyorum yeni açılan yerde de aynı belgeler var. Bu işlerin biraz daha zorlaşması lazım. (K4). Eğitimlerin hepsine katılmak isterim ama vaktimiz olmuyor. (K3).
	Katılım sağlamak istemeyen girişimciler	Eğitimlere katılmak istemezdim çünkü gerek görmüyorum. Bana ne öğretecekler ki. Zaten önce insanın kendisini bilerek yapması lazım bu işi. (K2). Zamanımız olmuyor ki işi kime bırakıp gideceğim. (K8). Eğitime sertifikayı almak için gittik zaten onların anlattıklarını biz işletmede yapılması gerektiğini zaten biliyoruz. (K7).

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde 9 girişimci formal eğitimlere katılım sağlamak istediklerini bildirmiş ancak çalışma koşulları sebebiyle yeterli vakitlerinin olmamasından dolayı katılım sağlayamadıklarını belirtmişlerdir. Diğer

üç girişimci ise formal eğitime katılım sağlamak istemediklerini, vakit konusunda sorun yaşadıklarını belirtmektedir. Ayrıca katılım sağlamak istemeyen girişimcilerin sokak lezzetleri girişimciliği konusunda formal eğitimden ziyade informal eğitimin önemli olduğunu savunduğu görülmektedir.

**Çizelge 23: Girişimcilerin Hijyen ve Gıda Güvenliği Konularındaki Bilgi ve Tutumları**

---

Hijyen göz ile el ile temas edilen bir olaydır. Biz mesela ürünlerimize önce müşteri gözüyle bakarız. Midyeye dokunmak istemeyen insanlar bile olabiliyor o yüzden çok dikkat ediyoruz. Dezenfektanımız bile var midyenin yanında. (K1).

---

Burada gördüğün her şey tuzluklar dâhil her gün boşaltılıyor deterjanla yıkıyor. Ben mesela seni evime götüreyim şaşırırsın temizliğine o kadar temiz. Sonuçta temizlik bir karakter meselesi. Bizde her şey kapalı olarak saklanır. Mesela domatesi lazım olunca çıkarıp dilimliyorum. Burada su var buz var saklama kaplarım var her şey ayrı ayrı kapalı olarak duruyor. (K10).

---

Her şeyi günlük getiriyoruz herhangi bir ürünü saklamaya gerek kalmıyor. Tavuğu da mesela hazır kesilmiş olarak getiriyoruz ki burada tezgâha temas etmesin. (K3).

---

Bizde yapılan her şey göz önünde olduğu için istesen de kötü bir şey yapamazsın. Herkes görüyor senin neyi nasıl yaptığını bu yüzden hijyen çok önemli. Aldığımız ürünlerine tazeliğine çok dikkat ediyoruz. Ambalajı olsun saklanması olsun özellikle dikkat ediyoruz. Bizde zaten ertesi güne bir ürün kalmıyor. Yeşillikler de zaten günlük geliyor. (K2).

---

Temizliğe kullandığımız malzemelere her zaman dikkat ediyoruz. Ürünlerin özellikle son kullanma tarihlerine dikkat ediyoruz. Bizde yedekleme durumu yok. O gün kullanılan ürünü ertesi gün kullanmıyoruz. (K4).

---

Hijyen kuralları hakkında bilgiliyiz ve elimizden geldiğince uymaya çalışıyoruz. Özellikle de pandemi sürecinde eldiven olsun maske olsun ürün temizliği olsun dezenfektanlar olsun dikkat etmeye çalışıyoruz. Ben kamu yönetimi mezunu olduğum için etin saklanma koşulları, bakteri üretme durumları olsun temel bir bilgim var. Tabi bizde sirkülasyon olduğu için ürün saklama sorunu pek yaşanmıyor yani dolaba koy iki gün beklet öyle bir durumumuz yok. (K9).

---

---

**Çizelge 23' ün devamıdır.**

---

Kullandığımız malzemenin ve tezgâhın temiz olmasına dikkat ediyoruz. Bizde ben giderim kasaba istediğim etten çektiririm. Bir saat iki saat önce çekilmiş hazır kıymayı almam ben. Her şeyi de günlük alırım mesela az az alırım ertesi gün giderim tekrar alırım. Dükkânda bekletmem yani. (K6).

---

Dükkân içinde her akşam temizlik yapılıyor. Tezgahlar siliniyor. Yerleri de deterjanla temizliyoruz sabah akşam paspas çekiliyor. Ekstradan haftada bir gün genel temizlik yapılıyor. Bizde mesela %100 gıda güvenliği. Her ürün kapalı duruyor zaten ertesi güne artan bir ürünümüz de olmuyor. Malzemeleri de zaten az az alıyoruz. (K8).

---

Girişimcilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde araştırmaya katılan bütün girişimciler hijyen ve gıda güvenliği konularına oldukça dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir. Girişimcilerin en çok dikkat ettikleri konuların dükkân temizliği ve ertesi güne hiçbir ürünün tekrardan kullanılmaması olduğu görülmektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 5.1. Sonuç

İzmir ilinde sokak lezzetleri girişimcilerinin formal ve informal eğitim düzeylerini belirlemek, girişimcilerin işletmeleri hakkında bilgi edinmek ve hijyen, gıda güvenliği ve gıda mikrobiyolojisi gibi konularda yeterliliğini tespit etmek ve yerel yönetimlere ve potansiyel girişimcilere fikir vermek amacı ile gerçekleştirilen bu çalışmada öncelikle sokak lezzetleri girişimcilerinin yatırım süreci ele alınmıştır.

Araştırmada ilk olarak bireyleri sokak lezzetleri girişimciliğine iten sebepler ve karar verme süreçleri incelenmiştir. Pişkinsüt (2011), araştırmasında KOBİ' lerin Türkiye ekonomisinde payını değerlendirdiğinde toplam işletmelerin %99,9' unun KOBİ' lerden oluştuğunu ayrıca Türkiye' deki işletmelerin %98' inin aile işletmelerinden meydana geldiğini vurgulamıştır. Yüksel ve Bekar (2017), küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik motivasyonlarını araştırdığı çalışmasında girişimcilerin sahip olduğu en yüksek motivasyon faktörünün fırsat yaratma odaklı olduğu görülür iken, bunu sırasıyla refah odaklı, aile odaklı, aidiyet ve yaşam tarzının takip ettiği görülmektedir. Bu araştırmaya katılan girişimcilerin 6 tanesi kendilerini girişimciliğe iten sebebi aile mesleğini devam ettirme düşüncesi olarak göstermektedir. Araştırmaya katılan 4 tane girişimci ise sokak lezzetleri girişimciliğini ekonomik sebeplerden dolayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Girişimcilerden birisi sokak lezzetlerine karşı bireysel bir ilgisi olduğunu, insanlara kendi lezzetlerini sunmak adına sokak lezzetlerini bir fırsat olarak gördüğünü aktarmıştır. Diğer bir girişimci ise bölge bulunmayan bir ürünü fırsat olarak görmüş ve farklı bir yatırım yapmak istediğini belirtmiştir. Elde edilen bu bulgulardan yola çıkarak girişimcilerin yaşadıkları girişimcilik süreçlerinde sokak lezzetlerinin aileden gelen meslek olmasının ve aile geleneklerine önem vermelerinin önemli bir rol oynadığı görülmektedir.

Araştırma sonunda elde edilen bulgular incelendiğinde katılımcıların yatırım süreçlerinde yeterli iş planı oluşturmadıkları görülmektedir. Öztürk (2007), çalışmasında iş planının önemini vurgulamış ve iyi hazırlanmış bir iş planını girişimcilerin yol haritası olarak nitelendirmiştir. Bu araştırmada katılımcılardan 5



tanisi plansız yatırım gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Diğer 5 katılımcı ise aileden gelen bir tecrübeye sahip oldukları için yatırım aşamasında bir plan hazırlamaya gerek duymadıklarını aktarmışlardır. İş planı hazırlayan ve yatırım aşamasında araştırma yapan sadece 2 girişimcinin olduğu görülmektedir.

Katılımcıların finansman ihtiyaçlarını karşılama noktasında genellikle kendi birikimlerini kullandıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan 8 adet katılımcı işletmelerini faaliyete geçirme aşamasında ki finansman ihtiyacını kendi birikimi ile karşılamıştır. Katılımcılardan 2 tanesi aile işletmesini devam ettirdiğini ve finansman ihtiyacı duymadığını, 2 tanesi ise banka kredisi kullandığını aktarmıştır. Katılımcıların 8 tanesinin yatırım süresi boyunca önemli bir sorunla karşılaşmadıkları görülmektedir. Girişimcilerin 2 tanesinin yatırım aşamasında ekonomik zorluklar yaşadığı, bir katılımcının bürokratik zorluklar yaşadığı ve diğer bir yatırımcının ise ailevi zorluklar yaşadığı görülmektedir. Bayraktar ve Zencir (2019), İzmir’deki sokak satıcılarını inceledikleri çalışmada yatırım sürecinden sonra ekonomik sorunlar yaşandığını, sokak satıcılığında mevsimselliğe bağlı olarak yaşanan zorluklar bulunduğunu ve bazı satıcıların kazançlarının az olmasından dolayı belediyeye işgaliye parası ödemenin mesleğin yükümlülüklerinden birisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu durum sokak satıcılarının sattıkları ürün ve hizmet verdikleri yerin farklılık göstermesinin çeşitli sorunlar veya kazançlar oluşturduğunu göstermektedir.

Sokak lezzetleri girişimcilerinin hizmet verdikleri mekânlar incelendiğinde katılımcılardan 10 tanesinin bir dükkân içerisinde faaliyetini sürdürdüğü, katılımcılardan 2 tanesinin ise bağlı oldukları belediyelere yer işgaliyesi ödeyerek faaliyetlerini tezgâhta sürdürdüğü görülmektedir.

Görüşmeler sonucunda girişimcilerin en az 7 en fazla 14 saat çalıştığı görülmektedir. Bir girişimci ise faaliyetlerini arkadaşı ile birlikte sürdürdüğü için vardiyalı olarak çalıştığını ve işletmenin 7 gün 24 saat açık olduğunu aktarmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda katılımcıların faaliyetlerini genellikle aileleri ile birlikte sürdürdüğü görülmektedir. Girişimcilerinin 7 tanesi faaliyetlerini ailesi ile birlikte sürdürdüğü, 4 girişimcinin faaliyetini tek başına ve 1 girişimcinin ise faaliyetlerini arkadaş çevresi ile birlikte sürdürdüğü gözlenmiştir. Tinker ve Cohen (1985), gelişmekte olan 9 ülkede yaptıkları çalışma ile kadınların ürünlerin

üretmesinde önemli rol oynadığını, işletmenin görünmeyen kısımlarında olmalarına rağmen üretimde aileleri ile birlikte faaliyette bulduklarını göstermektedir. Yazarlar bu faaliyetleri aile işletmesi içerisinde gerçekleşen bir faaliyet olarak tanımlamaktadırlar.

Katılımcıların sattığı ürünlerin hazırlanma aşamaları incelendiğinde girişimcilerden 7 tanesinin ürünlerini işletme içerisinde kendilerinin hazırladığı görülmektedir. Girişimcilerden 3 tanesi ürünlerinin dışarıdan hazır olarak geldiğini ve sadece hazırlama aşamalarının işletme içerisinde gerçekleştiğini aktarmışlardır. Diğer 2 girişimci ise işletme dışında bir imalathanesinin olduğunu ve ürünlerin işletme dışında hazırlandığını belirtmişlerdir.

Katılımcıların işletmelerine düzenlenen denetimler incelendiğinde sadece bir katılımcının zabıta ekipleri tarafından denetlendiği ve bu denetimin sadece sahip olduğu evraklar üzerine yapıldığı, 11 katılımcının denetimlerinin T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından detaylı bir şekilde yapıldığı görülmektedir.

Araştırma sonucunda katılımcıların formal ve informal eğitim durumları incelendiğinde her iki eğitim türünde de katılım gerçekleştirmiş olan sadece 3 girişimci olduğu görülmektedir. Sadece formal eğitim alan katılımcıların sayısı 3 iken, sadece informal eğitim görmüş katılımcıların sayısı ise 5' tir. Katılımcılardan sadece birisi her iki eğitim türüne de katılım gerçekleştirmediğini belirtmiştir. 12 adet katılımcıdan sadece 6 tanesinin hijyen ve gıda güvenliği konularında eğitim aldığı görülmektedir. Pilz, Uma ve Venkatram (2015), sokak lezzetleri üreticilerinin eğitim düzeylerine odaklandıkları çalışmada 49 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirmiş ve bu üreticilerin informal eğitime ağırlık verdikleri görülmüştür. Bunun sebebi olarak girişimcilerin sokak lezzetleri konusunda mesleki olarak geleceklerinden emin olamadıkları için formal eğitimlere yatırım yapmaktan kaçındıkları ortaya konmuştur.

Görüşmeler sırasında yapılan gözlemler sonucunda katılımcıların hijyen konularına dikkat ettiklerini söylemelerine rağmen sadece 4 adet katılımcının maske ve eldiven kullandığı tespit edilmiştir. Vargas ve Munoz (2014), yaptıkları çalışmada Kolombiya Bogota' da hizmet veren sokak satıcılarının hijyen ve sanitasyon kurallarını bildiklerini ve uygulama biçimlerinin doğru olduğunu ifade etmiş olmalarına rağmen yaptıkları gözlemlerde hijyen ve sanitasyon konularında insan

sağlığını tehlikeye sokacak uygulamalar gözlemlenmiştir. Yapılan bu çalışmada katılımcıların hijyen ve gıda güvenliği konusunda dikkatli oldukları ancak formal bir eğitim sürecine dahil olmadıkları için yeterli bilgi ve birikime sahip olmadıkları görülmektedir.

Katılımcıların hijyen ve gıda güvenliği konularında düzenlenecek olan eğitimlere katılım sağlamak konusundaki görüşlerinin genellikle olumlu olduğu, 9 adet katılımcının bu eğitimlere katılım sağlamak istediklerini belirttiği görülmektedir. Katılımcıların uzun mesai saatleri sebebiyle eğitimlere katılım sağlayamadıkları ancak alacakları eğitimin kendileri için de faydalı olacağını düşündükleri ve katılım sağlama konusunda istekli oldukları görülmektedir. Katılımcılardan 3 tanesi ise alacakları eğitimin kendilerine bir fayda sağlamayacağını ve eğitime katılmak istemediklerini belirttiği dikkat çekici bir unsur olarak görülmektedir. Eğitimlere katılım sağlamak istemeyen girişimciler, sokak lezzetleri konusunda informal eğitimin daha faydalı olduğunu, formal bir eğitimin yeteri kadar etkili olmayacağını aktarmışlardır.

## **5.2. Öneriler**

Elde edilen bulgulardan yola çıkılarak girişimcilere ve yerel yönetimlere bir takım öneriler geliştirilmiştir.

### **Girişimcilere Yönelik Öneriler**

- Araştırmaya katılan girişimciler ile yapılan görüşmeler sonucunda girişimcilerin kendi tecrübelerine güvendikleri için iş planı hazırlama konusuna yeteri kadar önem vermedikleri, iş planı hazırlayan az sayıdaki katılımcının ise faaliyetlerini daha sağlıklı ve verimli bir şekilde sürdürdükleri görülmektedir. Sokak lezzetleri konusunda yatırım yapmayı düşünen girişimcilerin sağlıklı bir iş planı hazırlamaları yapacakları yatırımı daha verimli hale getirecektir.
- Araştırmaya katılım sağlayan 12 adet girişimcinin sadece 4 tanesinin maske ve eldiven kullandığı gözlemlenmiştir. Özellikle küresel bir etkiye sahip olan Covid-19 salgını sebebiyle sokak lezzetleri girişimcilerinin maske ve eldiven kullanmaları, işletmelerinden dezenfektanları eksik

etmemeleri toplum sağlığı açısından büyük önem arz etmektedir. Girişimcilerin gıda sektöründe çalıştıklarından ve gıda ile temas kurduklarından dolayı maske ve eldiven kullanımını sadece pandemi süresince değil iş hayatları süresince devam ettirmeleri oldukça önemlidir.

- Araştırmaya katılan bazı girişimcilerin formal eğitimlere yeteri kadar önem vermediği görülmektedir. Katılımcılar, formal eğitimi yüzeysel bir süreç olarak görmekte ve sokak lezzetleri konusunda informal eğitimin daha faydalı olduğunu savunmaktadırlar. Elbette ki informal eğitimlerin katkısı göz ardı edilmemesi gereken bir gerçektir ancak bazı girişimcilerin hijyen konusundaki tanımlamalarının hatalı veya eksik olduğu görülmektedir. Hijyen ve gıda güvenliği gibi konularda girişimcilerin formal eğitimlere katılım sağlamaları hem toplum sağlığı açısından hem de sokak lezzetlerindeki kaliteyi geliştirmek açısından büyük önem arz etmektedir. Girişimcilerin formal eğitimlere katılım sağlamaları tüketicilere de güven duygusu verecek ve sundukları ürünleri daha güvenli gıdalar haline getirecektir.
- Araştırmaya katılan girişimcilerin birçoğu sokak lezzetlerini bir aile geleneği olarak değerlendirmektedir. Görüşmeler sırasında 40-50 yıllık tarihi bir geçmişe sahip işletmelerin olduğu görülmektedir ancak girişimcilerin yeteri kadar reklam ve tanıtım faaliyetlerinde bulunmadığı, bu faaliyetlerin sadece işletmenin yakın çevresinde yapıldığı da gözlemlenmiştir. Günümüzde sosyal medyanın aktif kullanımı sokak lezzetlerinin tanıtılması açısından önemli bir araç olarak değerlendirilebilmektedir. Girişimcilerin sosyal medya platformlarını reklam ve tanıtım faaliyetlerinde kullanmaları işletmeleri ve sokak lezzetlerinin değeri açısından önemli bir katkı sağlayacaktır.

### **Yerel Yönetimlere Yönelik neriler**

- Araştırmaya katılan girişimciler formal eğitimlere başlıca katılmama sebepleri olarak mesai saatlerinin yoğunluğuna dikkat çekmektedirler. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular girişimcilerin sattıkları ürünlere göre farklı mesai saatlerinin olduğunu göstermektedir. Yerel yönetimlerin sokak lezzetleri girişimcilerine yönelik hijyen ve gıda güvenliği konulu

online eğitimler düzenlemesinin, girişimcilerin formal eğitime katılım oranını arttıracığı düşünülmektedir.

- Araştırmaya katılan girişimciler, yerel yönetimlerden tanıtım faaliyetleri konusunda yeteri kadar destek görmediklerini vurgulamaktadırlar. Özellikle İzmir gibi yerli ve yabancı birçok turiste ev sahipliği yapan ve doğal ve kültürel birçok güzelliği bir arada barındıran bir bölgede sokak lezzetleri temalı ulusal ve uluslararası festivaller ve gastronomi turlarının düzenlenmesi sokak lezzetlerinin tanıtılmasında önemli bir katkı sağlayacaktır.
- Sokak lezzetleri konusunda kadınlara yönelik istihdamın genel olarak arka planda sadece ürünlerin üretimi aşamasında olduğu görülmektedir. Yerel yönetimlerin kadınlara yönelik üretici pazarları oluşturarak kadın girişimcilere yönelik teşviklerin düzenlenmesi bölgedeki kadın istihdamını da güçlendirecektir.
- Gastronomi turizmi açısından büyük bir öneme sahip olan sokak lezzetlerinin, turizm tanıtım faaliyetlerinde daha ön planda yer edinmesi hem bölgesel istihdamı destekleyecek hem de İzmir' in yemek kültürünün tanıtılmasını destekleyecektir.
- Üniversitelerin fakülteler içerisinde sokak lezzetleri temalı festival ve şenlikler düzenlemeleri öğrencilerin İzmir' in sokak lezzetleri ve yemek kültürü ile buluşturulmasını sağlayacak ve tanıtım faaliyetlerine önemli bir katkı yapacaktır.

Sonuç olarak sokak lezzetleri girişimcilerinin formal ve informal eğitim düzeyleri incelendiğinde katılımcıların formal eğitim konusuna yeteri kadar önem vermediği, formal eğitim türünü yüzeysel olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Formal eğitime yeteri kadar önem verilmemesi, sokak lezzetleri girişimcilerinin hijyen ve gıda güvenliği gibi önemli konularda yeteri kadar bilgi sahibi olmamasına; eksik veya yanlış uygulamalara neden olmaktadır.

Girişimcilerin, hijyen ve gıda güvenliği konularındaki bilgi düzeyleri, sokak lezzetlerinin kalitesi ve güvenilirliği açısından önem arz etmektedir. Özellikle dünya çapında etkisini sürdürmekte olan pandemi sürecinde sokak lezzetlerine ilişkin önlemler, toplum sağlığı açısından daha da ön plana çıkmaktadır. Hergün dünya çapında milyarlarca kişi sokak lezzetlerini tercih etmekte ve beslenme ihtiyaçlarını

büyük çoğunluğunu sokak lezzetlerinden karşılamaktadır. Ancak bu yüksek tüketim düzeyine rağmen sokak lezzetlerindeki hijyen ve gıda güvenliği uygulamalarının yanlış olması, gıda zehirlenmesi vakalarında büyük bir artışa neden olmaktadır. Tüm bu sebepler doğrultusunda; sokak lezzetlerinde hijyen ve gıda güvenliği uygulamaları, girişimcilerin eğitim düzeyleri ve yerel yönetimlerin denetim ve uygulamalarının araştırılması; hem toplum sağlığının korunmasına yardımcı olacak hem de literatüre katkı sağlayacaktır. Bu çalışmanın ilerleyen zamanlarda yapılacak olan sokak lezzetleri ile ilgili araştırmalara, yerel yönetimlerin uygulayacakları düzenlemelere ve potansiyel girişimcilere önemli bir yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Adhikari, D. B. (2011). Income Generation In Informal Sector: A Case Study of The Street Vendors of Kathmandu Metropolitan City. *Economic Journal of Development Issues*, (13-14), 1-2.

Alimi, B. A. (2016). Risk Factors in Street Food Practices in Developing Countries: A Review. *Food Science and Human Wellness*, 5(1): 141-148.

Arastaman, G., Fidan, İ. ve Fidan, T. (2018). Nitel Araştırmada Geçerlilik ve Güvenirlik: Kuramsal Bir İnceleme. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1): 37-75.

Arı, A., vd., (2018). *Eğitim Bilimine Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 139-160.

Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 3-17.

Baskan, G. A. (2001). Türkiye’ de Yükseköğretimin Gelişimi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1), 21-32.

Başer, H. ve Büber, R. (2012). İş Kurma Amacı Olan Adayların Girişimcilik Özelliklerinin Ölçülmesi: Aydın İlinde Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4 (1): 135-143.

Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 9(1):23-28.

Bayraktar, G. ve Zencir, E. (2019). Sokak Satıcılarının Gözünden Sokak Lezzetleri: İzmir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1367-1382.

Berber, A. (2000). Girişimci ile Yönetici Profilinin Karşılaştırılması ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 29 (1): 23-44.

Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (2): 57-78.

Ceyhan, F. M. ve Yardımcıoğlu, M. (2017). Uluslararası Ölçekte Girişimci ve İşletme Olabilmek İçin Oluşturulması Gereken Girişimcilik İklimi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 4 (10): 165-172.

Choudhury, M., Mahanta, L., Goswami, J., Mazumder, M. ve Pegoo, B. (2010). Socio-Economic Profile and Food Safety Knowledge and Practice of Street Food Vendors In The City of Guwahati, Assam, India. *Food Control* 22 (2011), 196-203.

Cortese, R. D. M., Veiros, M. B., Feldman, C. and Cavalli, S. B. (2015). Food Safety and Hygiene Practices of Vendors During The Chain of Street Food Production in Florianopolis, Brazil: A Cross-Sectional Study. *Food Control* 62 (2016), 178-186.

Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Kıbrıs Sokak Lezzetleri Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 637-651.

Çetin, F. ve Varoğlu, K. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktörü Kişilik Örüntüsü. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 8 (2): 51-66.

Da Silva, S. A., Cardoso, R., Goes, J., Santos, J., Ramos, F., Jesus, R., Vale, R. ve Silva, P. (2014). Street Food On The Coast of Salvador, Bahia, Brazil: A Study From The Socioeconomic and Food Safety Perspectives. *Food Control* 40 (2014), 79-84.

Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., Özata, E. (2018). Sokak Lezzetlerinin Gastronomik Değeri: İstanbul Sokak Lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 589-601.

Demirel, Ö. ve Kaya, Z. (2017). *Eğitim Bilimine Giriş*. Ankara: Pegem Akademi.

Dollinger, M. J. (2018). *Entrepreneurship: Strategies and Resources*. U.S.A: Marsh Publications.

Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (2): 195-213.

Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 49, 59-82

Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım. *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2: 43-61.

Erdoğan, S. ve Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonu' nda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma. *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272.



Eripek, S., vd., (2005). *Özel Eğitim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Food And Agriculture Organization Diversification Booklet 18. (2011). *Selling Street and Snack Foods*.

Franck, K. A. (2005). *The City As Dining Room, Market and Farm. Food And The City*. London: Wiley Acedemy.

Gözgeç, A. ve Aydemir, B. (2019). Gastronomide Kadın Sokak Satıcıları: Bir Örnek Olay Çalışması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4): 3854-3870.

Grebel, T., Pyka, A. and Hanusch, H. (2001). An Evolutionary Approach To The Theory of Entrepreneurship. *Ausburg University Economic discussion series*, No. 206.

Güler, B. (2011). Yoksullukla Mücadelede Sosyal Girişimcilik: Ashoka Üyelerinden Sosyal Yenilikçi Örnek Uygulamalar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(3):79-111.

Gümüšoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 97-116.

Gürbüz, H. (2011). *Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Psikolojik Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modellemesi ile Belirlenmesi*. 3. Uluslararası Girişimcilik Kongresi.

Hiemstra, A., Frese, M. and Kooy, K. (2006). Entrepreneurship In The Street Food Sector of Vietnam-Assessment of Psychological Success and Failure Factors. *Journal of Small Business Management*, 44 (3): 474-481.

<http://istatistik.yok.gov.tr>, Erişim Tarihi: 04.05.2020

<http://www.coe.int>, Erişim Tarihi: 17.02.2020

<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77474/izmir-mutfagi.html>, Erişim Tarihi: 06.11.2019

<http://www.who.int>, Erişim Tarihi: 22.04.2020

<https://www.yok.gov.tr/kurumsal/tarihce>, Erişim Tarihi: 18.03.2020

Islam, S., Nasrin, N., Rizwan, F., Nahar, L., Bhowmik, A., Esha S. A., Talukder, K. A., Akter, M., Roy, A., Ahmed, M. (2015). *Microbial Contamination of Street Vended Foods From A University Campus In Bangladesh*. *Southeast Asian J Trop Med Public Health*, 46(3), 480–5.

İlter, B. (2008). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kadıger Örneği*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

İşcan, Ö. ve Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Faaliyetlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2): 443-462.

Karabey, C. N. ve Dursun, B. (2010). Girişimciliğin Başlangıcı Olarak Fırsat Tanımlama. *Yönetim-İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 21 (67): 9-31.

Karsavuran, Z. (2018). Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında Sokak Yemeklerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 246-265.

Kaygın, E. ve Güven, B. (2015). *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular*. İstanbul: Siyah İnci Akademi.

Kerr, S. P., Kerr, W. R. and Xu, Tina. (2017). *Personality Traits Of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature*. Harvard Business School Working Paper, 18-047.

Khairuzzaman, F., Chowdhury, M., Zaman, S., Al Mamun, A. and Bari, L. (2014). Food Safety Challenges Toward Safe, Healty And Nutritious Street Foods In Bangladesh. *International Journal of Food Science*, (2014): 1-9.

Kılıç, R. (1999). Türkiye' de Yükseköğretimin Kapsamı ve Tarihsel Gelişimi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı. 3: 289-310.

Koçak, O. ve Kavi, E. (2014). Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik. *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3(6):26-49.

Kubaş, A. (2019). Girişimcilik Ortamına Etki Eden Faktörler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (4): 102-105.

Küçükaltan, D. (2019). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1): 21-28.

Liang, J., Wang, H. and Lazear, E. P. (2014). *Demographics And Entrepreneurship*. NBER Working Paper Series, Working Paper 20506.

Mamun, M. A., Rahman, S. M. M. and Turin, T. C. (2013). Microbiological Quality of Selected Street Food Items Vended By School-based Street Food Vendors In Dhaka, Bangladesh. *International Journal of Food Microbiology*, 166, 413-418.

Marras, S., Cardoso, R. S. V. and Companion, M. (2014). *Street Food. Culture, Economy, Health and Governance*. New York: Routledge.

Mullins, A. ve Schleifer, Y. (2015). *İstanbul Arka Sokak Lezzetleri*. İstanbul: Boyut Yayıncılık.

Nguyen, C. (2018). Demographic Factors, Family Background and Prior Self-Employment on Entrepreneurial Intention – Vietnamese Business Students Are Different: Why?. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8 (10).

Odabaşı, Y., Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Başar, M. ve Tosunoğlu, T. (2004). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Olson, D. E. (2000). The Role of Entrepreneurial Personality Characteristics On Entry Decisions In A Simulated Market.

Öz, V., Karadayı, Ş., Çakan, H., Karadayı, B. ve Kaya, A. (2014). Acil Tedavi Birimlerinde Gıda Zehirlenmeleri. *Marmara Medical Journal*, Sayı 27: 89-95.

Özdemir, A., Saygılı, M. ve Yıldırım, K. (2016). Risk Alma Eğilimi ve Başarma İhtiyacının Girişimcilik Potansiyeline Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 4 (2): 121-140.

Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi*, 32:81-95.

Öztürk, M. (2007). İş Planları, Hazırlanması ve Önemi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (35): 197-205.

Pınar, İ. (2015). Turizm Sektöründe Girişimcilik Süreci ve Sektöre Özgü Özellikler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı.34: 75-86.

Pişkinsüt, E. (2011). Girişimciliğin Türkiye’deki Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Kobi Örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(2): 94-116.

Pilz, M., Uma, G. and Venkatram, R. (2015). Skills Development In The Informal Sector In India: The Case of Street Food Vendors. *International Review of Education*, 61, 191-209.

Polat, D. ve Gezen, A. (2017). Gastronomide Sokak Yiyecekleri ve Satıcıları: Teorik Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 117-124.

Rane, S. (2011). Street Vended Food in Developing World: Hazard Analyses. *Indian J. Microbiol*, 51(1): 100-106.

Sert, S. (2010). Açıkta Satılan Gıdalar: Öğrencilerin Görüşleri ve Tercih Etme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 5 (3): 25-35.

Sezgin, A. ve Şanlıer, N. (2016). Street Food Consumption In Terms Of The Food Safety and Health. *Journal of Human Sciences*, 13(3): 4072-7083.

Solunoğlu, A. ve Nazik, M. H. (2018). Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tercihleri: Gaziantep Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.

Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye' de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi*, 21(2): 41-58

Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. and Carland, J. W. (1999). A Proclivity For Entrepreneurship: A Comparison Of Entrepreneurs, Small Business Owners, and Corporate Managers. *Journal of Business Venturing*, 14 (2): 189-214.

Stokes, D., Wilson, N and Mador, M. (2010). *Entrepreneurship*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.

Şahin, E. ve Solunoğlu, A. (2019). Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Sokak Yemeği Yeme Niyetinin Ölçülmesi: Mersin Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(3): 383-397.

Şeşen, H. ve Basım, N. (2012). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt 12, Özel Sayı.

Şimşek, Ç. ve Çelik, A. (2018). *İşletme Bilimine Giriş*. Konya: Dizgi Ofset Matbaacılık.

Şişman, M. (2019). *Eğitime Giriş*. Ankara: Pegem Akademi.

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (2008). *Gıda Güvenliği ve Kalitesinin Denetimi ve Kontrolüne Dair Yönetmelik*.

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı *Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi*. (2018). <http://www.meb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 26.02.2020

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı *Hayat Boyu Öğrenme Kurumları Yönetmeliği* (2018). <http://www.meb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 26.02.2020

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı *Milli Eğitim İstatistikleri Örgün Eğitim*. 2017-2018. <http://www.meb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 28.02.2020

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı *Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği* (2018). <http://www.meb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 27.02.2020

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Türkiye' de Mesleki ve Teknik Eğitimin Görünümü. (2018). *Eğitim Analiz ve Değerlendirme Raporları Serisi*, No. 1.

T.C. Milli Eğitim Bakanlığı *Yükseköğretim Kanunu* (1981). <http://www.meb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 26.02.2020

T.C. Milli Eğitim Temel Kanunu. (1973). <http://www.meb.gov.tr/>

TÜİK Yaygın Eğitim Faaliyetleri. (2012-2014-2015-2016-2017).  
<http://www.meb.gov.tr/>

TUSEB. (2019). *Türk Eğitim Sistemi, Eğitim Yaş Aralıkları ve Zorunlu Eğitimin Tarihsel Gelişimi*.

TÜRSAB *Gastronomi Turizmi Raporu*

TÜSİAD. (2002). Türkiye' de Girişimcilik. Yayın No. TÜSİAD-T/2002-12/340

Tinker, I. and Cohen, M. (1985). Street Foods As A Source of Income For Women. *Ekistics*, 52 (310): 83-89.

Vallabh, D. and Mhlanga, O. (2015). Influence of Demographic Factors on Business Performance in Small to Medium Tourism Enterprises. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* Vol.4 (2).

Vargas, L. F. T. and Munoz, G. T. B. (2014). *A Description of Hygienic-Sanitary Conditions of Street Food Trade at Parque Nacional, Bogota D. C. R.C.* Vieira-Cardoso, M. Companion ve S. R. Marras içinde, *Street Food: Culture, Economy, Health and Governance* (s. 225-240). Oxon: Routledge.

Varış, F. (1988). *Eğitim Bilimine Giriş*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Yentürk, N. (2018). *Ayaküstü İzmir Sokak ve Fırın Lezzetleri*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Yüksel, F ve Bekar, A. (2017). Küçük ve Orta Ölçekli Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahiplerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Motivasyonları. *Journal of Tourism and Gasronomy Studies*, 5(4): 33-46.